Traficantes de información

La historia oculta de los grupos de comunicación españoles

FOCA

Pascual Serrano

Si hay algo de lo que los medios de comunicación informan poco es precisamente de ellos: de quiénes son sus dueños, en qué otras industrias participan, qué bancos les prestan el dinero, cuánto cobran sus directivos, cómo explotan a sus trabajadores, a qué se dedicaron hace años… *Traficantes de información* es una historia de finanzas, manejos de Bolsa, fraudes fiscales, especulaciones urbanísticas, violaciones de las medidas contra la concentración, atropellos laborales mientras altos directivos disfrutan de sueldos millonarios y contratos blindados, ejecutivos con sentencias judiciales que les implican con la mafia, fortunas nacidas a la sombra del nazismo, empresas que comercializan armas para dictaduras… No cabe duda de que, tras este repaso a los grupos de comunicación, el término «traficantes» es el que mejor los identifica. A lo largo de estos capítulos el autor levanta la alfombra de los lujosos despachos de las empresas de comunicación y encuentra lo que ellas nunca incluirán en sus medios: los secretos y las miserias de quienes se han apropiado de la información para convertirla en materia de traficantes y mercaderes, que la utilizan, bien para conseguir dinero, bien para conseguir poder.



Pascual Serrano

Traficantes de información

La historia oculta de los grupos de comunicación españoles

ePub r1.0
marianico_elcorto 27.06.14

Pascual Serrano, 2010
Diseño de cubierta: Sergio Ramírez

Editor digital: marianico_elcorto
ePub base r1.1



PRÓLOGO
Los amos de la información, de ayer a hoy

La lectura del manuscrito titulado *Traficantes de información*, realizada como consecuencia de la petición para realizar este Prólogo, me trae sentimientos diversos y encontrados. Quizá, como cita el autor en la introducción, porque hace justamente treinta años de la publicación, también gracias al apoyo de Ramón Akal, de mi primer libro *Los amos de la información en España* (1981), que a su vez sucedía porque nadie comienza caminos radicalmente nuevos sin guías previos, gracias a la intuición pionera de Manuel Vázquez Montalbán con su *Informe sobre la información*. Mi otra fuente de inspiración, junto con el añorado autor citado, fue la de otro amigo audaz e insigne, Juan Muñoz, también desgraciadamente desaparecido, que años antes se había atrevido a desnudar *El poder de la banca en España*.

Pero hay más coincidencias: como el libro de Pascual Serrano, aquel texto —a pesar de componer parte de mi tesis doctoral en la Facultad de Políticas y Sociología de la Universidad Complutense— nacía más de las frustraciones profesionales de diez años como periodista, especialmente de la constatación de los terribles corsés que aherrojaban la libertad de expresión periodística en los últimos años del franquismo y principios de la transición, que del afán de ascender un peldaño académico. Y sin embargo, ambas obras, políticamente incorrectas en sus respectivos momentos, tienen un valor importante para el mundo universitario, que entonces, como ahora, tiende demasiado a menudo a seleccionar como objeto de investigación campos y problemas académicamente «respetables», aceptables y aceptados por autoridades públicas y privadas.

La perspectiva y estructura de este libro último es ciertamente distinta a la aproximación sectorial que yo decidí entonces (prensa, radio, televisión,

publicidad, agencias,…), pero el objetivo de este análisis histórico por grupos de comunicación guarda un punto en común: clarificar ante los usuarios el universo de intereses que median y mediatizan su información, su agenda pública, prestando las bases imprescindibles para la participación democrática de los ciudadanos. Una transparencia vital para la democracia que si hace treinta años era un sueño, todavía está lejos de haberse conseguido.

Ciertamente, el escenario de la comunicación social masiva se ha transformado profundamente en estas tres décadas en muchos sentidos. A un estrecho abanico de medios bien caracterizados por su especificidad mediática le ha sucedido una explosión de soportes, redes y terminales de información, cada vez más imbricados en una convergencia digital que desdibuja sus fronteras y sus lenguajes y los articula crecientemente en ofertas y usos sociales. Pero la combinación de medios analógicos y digitales, en versiones de coexistencia no siempre pacífica, no ha garantizado ni mucho menos ni el pluralismo ideológico ni la diversidad cultural. La actual impresión de abundancia, celebrada por múltiples gurús y predicadores integrados, oculta así que se trata muchas veces de voces ventrílocuas, diferentes por el medio de transporte y por el formato, pero idénticos en su base ideológica. Y que la interactividad no es muchas veces más que un simulacro de elección entre esas ofertas homogéneas. Basta recordar la reacción mediática en España ante la actual crisis económica, y sus recetas neoliberales comunes, para comprender los estragos que esta situación trae consigo sobre la libertad de expresión y los destinos de nuestra comunidad.

En primer lugar, como demuestra este libro, el universo mediático se ha ido agrupando en una muy limitada gama de grandes grupos multimedia que dominan todos los terrenos de la comunicación y la cultura en España: los nueve que analiza el autor, más esos satélites que caracteriza como «otros», concentran la inmensa mayoría de las audiencias y los beneficios; y la carrera de fusiones y absorciones no ha terminado, como muestran los últimos acontecimientos televisivos. En segundo lugar, la vía del crecimiento a toda costa, de la talla máxima posible, mediante la búsqueda ansiosa de capitales, homogeneiza sus estrategias y sus comportamientos, multiplicando sus intereses. Ambos procesos, que en diversos países hemos caracterizado como procesos de financiarización (endeudamiento masivo, apelación a los mercados de capitales), suponen que —más allá de cualquier visión conspirativa, aunque sin excluirla en ocasiones—

los grandes grupos se parecen cada vez más en sus estrategias y en su visión ideológica del mundo, por fuerza de su integración en el gran capital. En la etapa última, todavía inacabada pero cada vez más visible, la internacionalización financiera consumada, por medio de grandes grupos mediáticos internacionales pero también, y cada vez más, de fondos de inversión y sociedades de capital riesgo, sin patria ni credo, completan la red tupida de alianzas y complicidades que ejercen hoy una amplia hegemonía sobre la comunicación social masiva.

Todos esos fenómenos se han caracterizado por su «espontaneidad» de mercado, al margen de una legislación que se ha ido acomodando a ellos en lugar de controlarlos u orientarlos. Y todos también se han ido desarrollando sin que los usuarios —lectores o espectadores— pudieran controlar ni sus caminos ni su realidad presente. Es decir, se han hecho doblemente en perjuicio de la calidad de la democracia de nuestra sociedad.

El presente libro acierta pues cuando obvia el análisis ideológico para dejar que éste se desprenda de las telarañas complejas de intereses económicos puestos en juego. Lo cual no elimina los matices ideológicos, muchas veces fruto del *marketing* y de la diferenciación competitiva en una sociedad en la que las ideologías siguen felizmente contando. Pero explica la frecuencia y naturalidad con que se producen en ese mundo oligárquico las alianzas aparentemente contra natura.

Al contrario que la mayoría de los textos periodísticos al uso en los últimos años, cocinados generalmente a la contra de algún grupo o directivo periodístico y al servicio de otros, hay que resaltar la «neutralidad» y distancia equitativa del autor a la hora de describir la historia y el presente de cada uno de los grupos contemplados; también su sobriedad al relatar los conflictos periodísticos de cada grupo en los últimos años, que adquieren un valor de metáfora elocuente: los profesionales de la información, ya notablemente sometidos desde el final de la transición democrática, han visto en los últimos años cómo la precariedad laboral les iba despojando progresivamente de todas sus armas de autonomía e independencia, en tanto defensores del pluralismo de la sociedad española, para conformarles como obreros de «cuello blanco» al servicio exclusivo de la verdad particular de sus grupos empresariales.

Aunque explícitamente este libro no se ocupa de los medios públicos, habría que señalar que también ahí se encuentran «traficantes de información», aunque sean

minoritarios y en retirada: Los poderes públicos como reguladores de los «mercados informativos», que sistemáticamente, bajo todos los gobiernos, han favorecido la concentración a cambio de dádivas políticas, especialmente en la concesión clientelar de licencias de radio y televisión (de TDT en los tiempos más recientes); también lo han sido con los medios públicos que durante años han sido manipulados por los sucesivos partidos en el poder, tergiversando su papel diferenciador de servicio público y su papel genuino de contrapeso de las peores desviaciones del gran mercado. Aunque la reforma de RTVE ha conseguido desde 2006 un salto cualitativo de la independencia y pluralismo de sus programas informativos y su programación, no puede dejar de señalarse que las reformas legales de 2009 y 2010 buscan claramente su debilitamiento, en beneficio del polo privado. Y aún quedan muchos gobiernos regionales que siguen manipulando sistemáticamente a sus radiotelevisiones autonómicas, con los picos extremos y brutales de Valencia, Madrid o Murcia, mientras despilfarran importantes cantidades del erario público en «ayudas» discrecionales o en publicidad institucional incontrolable.

A cambio de tal ausencia, Pascual Serrano evidencia claramente los resultados de este proceso de pérdida de peso específico de los medios públicos en la otra cara de la moneda: cómo, aprovechando la decadencia pública que ellos mismos tienden a acelerar, los grandes grupos privados han ido arropándose de una ideología de «campeones nacionales» de nuestro pluralismo y de nuestra cultura, asumiendo ostentosamente un liderazgo de su función comunicativa sobre la sociedad española entera que tan mal casa con sus propias aventuras empresariales y profesionales. De ahí a la pretensión de que el Estado, o sea todos nosotros, les reconozcan y mimen, subvencionen, y desregulen en su función sublime, no hay más que un pequeño paso que muchas asociaciones empresariales no han dudado en sobrepasar so pretexto de la crisis económica.

Una vez más se constata, en un campo vital, que la llamada Era de la Información se traduce en la práctica social en una inmensa desinformación masiva. Esperemos que, como expresa el autor en sus conclusiones, este libro sirva para colmarla en parte, que contribuya a generar unos ciudadanos más activos y exigentes.

Enrique Bustamante

Catedrático de Comunicación Audiovisual y Publicidad
Universidad Complutense de Madrid

AGRADECIMIENTOS

Aunque sea mi nombre el que aparezca como autor del libro, éste no habría podido existir sin la ayuda de numerosas personas. Entre ellas, todas las que tuvieron la amabilidad de responder a mis preguntas y que con sus comentarios han enriquecido el texto: el profesor Vicenç Navarro, los periodistas Ignacio Escolar, Marco Travaglio, Alberto Quian y Roberto Montoya, el crítico literario Ignacio Echevarría y los sindicalistas José Rubio y Dardo Gómez. También al economista Armando Gallar, que atendió mi goteo de consultas financieras. Gracias a Juan Vivanco, que me tradujo al instante numerosos textos en italiano. Imprescindible ha sido la participación de Micòl Savia, que me ha animado cada día y guiado en la búsqueda de información en Italia. También quiero agradecer a Santiago Alba y Carlos Fernández Liria por revisar borradores. Y por supuesto, al profesor Enrique Bustamante por su prólogo, que sitúa esta obra en su contexto histórico. Una vez más debo mostrar toda mi gratitud a Caty R., mi fiel revisora y pulidora de textos. Sin olvidar a mi editor, Ramón Akal, quien me ha mostrado su confianza y valentía para apoyarme sin intimidarse ante los poderosos a los que este libro pueda molestar.

Pascual Serrano

CAPÍTULO I
El mercado de la palabra

Todos los que hemos ejercido el periodismo de opinión en la prensa comercial hemos sufrido los condicionamientos de accionistas, anunciantes u otros grupos empresariales que, de una manera u otra, tienen presencia en la empresa a la que pertenece el grupo de comunicación. Javier Ortiz contaba en 2001[1] cómo silenciaron los medios en Murcia la presencia en las torres de refrigeración de El Corte Inglés de la legionela responsable de una epidemia en la ciudad: «Nadie ha subrayado cuán inaudito es que un establecimiento de esas características no cuente con un sistema permanente de inspección de su sistema de aire acondicionado, ni se ha preguntado por las eventuales responsabilidades —incluso penales— que podrían derivarse de esa gravísima negligencia. Nadie se ha extrañado de que las autoridades —incluida esa ministra que dice que los españoles pueden estar tranquilos, porque ella vela por su salud— no hayan ordenado el inmediato cierre del centro comercial». Y el propio Ortiz daba la explicación: «¿Por qué? Sencillo: porque El Corte Inglés es uno de los principales anunciantes de España. […] Ocupa un lugar de honor en las cuentas de resultados de todos los periódicos, de todas las radios comerciales y de todas las televisiones. Nadie quiere enfadarlo. Pues así, todo. Todo. Afrontar lo que aparece publicado en los periódicos sin tener en cuenta lo que se oculta en esa nutridísima trastienda es engañarse uno mismo y engañar a los demás».

Pocos días antes, este mismo periodista detallaba en su blog[2] cómo no pudo contar en su columna de opinión del diario *El Mundo* algunas «cosas sobre Emilio Botín, gran patrón del BSCH». En realidad, Ortiz sólo pretendía escribir sobre un libro que abordaba la reciente historia del sector financiero español y, en especial, los métodos de Emilio Botín. El propietario y directivo bancario

había montado *un gabinete de crisis* para asegurarse de que ni un solo medio de comunicación llamase la atención sobre la existencia de la obra. Ortiz recordaba la influencia del Banco Santander Central Hispano (BSCH) en el mundo de los medios de comunicación, vía cartera de publicidad, patrocinios, accionariado, etc. De modo que ese día le tocó a él sufrir la acción del operativo, y recibió la llamada de alguien del periódico que le comunicaba que más le valía desistir de la idea de hablar de ese libro porque, si lo hacía, su artículo jamás vería la luz. «Mi primer impulso —escribía el periodista en el blog— fue seguir adelante pese a la amenaza y montar la zapatiesta. Pero ¿qué zapatiesta iba a montar? Ningún medio de comunicación medianamente importante se haría eco de lo ocurrido, porque Botín los tiene cogidos a todos por sus partes más íntimas».
Hasta octubre de 2009 yo solía publicar una columna quincenal en un periódico regional del grupo Vocento. No había recibido ninguna objeción a mis textos hasta que comenté la jubilación, con cincuenta y cinco años, del consejero delegado del BBVA José Ignacio Goirigolzarri[3], que ascendía a tres millones de euros anuales. La noticia era de sobra conocida, yo sólo me atreví a comentarla. Mi columna no apareció publicada, llamé al periódico y un responsable de la redacción, en un alarde de sinceridad que agradezco, me aclaró que el motivo era la presencia en el artículo de la crítica a esa astronómica jubilación. «Qué te voy a contar que tú no sepas», añadió mi interlocutor. Me indicó que tres días más tarde me informaría de la decisión tomada a alto nivel sobre mi artículo. Nunca más se dirigieron a mí y el artículo no se publicó. No he vuelto a tener relación con ellos. En este libro se observará la estrecha relación entre el grupo Vocento y el BBVA. Hasta ese día yo había criticado en mis columnas al Gobierno español, al Partido Popular, a la monarquía, al Gobierno de Estados Unidos, a los políticos locales de diferente signo…, sin que encontrase ninguna objeción en el periódico. Pero es evidente que criticar al BBVA en las páginas de un diario del grupo Vocento era una pretensión imposible. Alguien dijo, en referencia a la prensa estadounidense, que en aquel país se podría escribir contra el presidente demócrata, o contra el presidente republicano; pero lo que nunca se podía publicar es la noticia de que se hubiese descubierto una mosca en una botella de Coca-Cola. Algo similar me pasó a mí en Vocento. Lo de la libertad de expresión acaba cuando aparece el dinero y los nombres propios.
Si este tipo de ejemplos le suceden al columnista regular del medio, podemos

imaginar las posibilidades que tienen el colaborador esporádico, el ciudadano o el colectivo social de que su denuncia sobre «los intocables» pueda ser recogida en el medio de comunicación.

En su libro *Gomorra*, el periodista italiano Roberto Saviano cuenta con todo detalle el funcionamiento de la Camorra napolitana. Se han escrito muchos libros sobre el crimen organizado en Italia, y no digamos películas, pero no eran muy exhaustivos en dar nombres con precisión, lo que sí hace Saviano en su obra. El 23 de septiembre de 2006 el autor participó en un acto público en la ciudad Casal Di Principe[4], en la región de La Campania, bajo control de la Camorra; entre el público había numerosos jóvenes y estudiantes de la comarca, sobre los que era fácil imaginar su destino como víctimas o verdugos del crimen organizado. En ese momento les retó: «Iovine, Zagaria, Schiavone [nombres de los capos de la organización criminal], no valéis nada, marchaos, esta tierra no os pertenece. Y digo a los chicos: pronunciad sus nombres, veis, se puede hacer. Pronunciar el nombre de un *boss* no te pone en peligro, es una tontería. Pero es el miedo a no decir su nombre lo que nos lleva a utilizar términos y expresiones como "aquél", "él" o "has visto quién pasó" sin pronunciar el nombre propio jamás. Se trata de una especie de código con el cual creces, según el cual es mucho mejor no pronunciar algunos nombres».

Como en la región controlada por la Camorra, en nuestros medios de comunicación no se pueden decir muchos nombres, no se puede citar el poder que tienen en ellos algunas empresas. Los que se supone que tienen la función social de informar de lo que menos informan es precisamente de ellos, de quiénes son los dueños de las empresas de comunicación, en qué otras empresas participan, qué bancos les prestan el dinero, cuánto cobran sus directivos, cómo explotan a sus trabajadores, a qué se dedican esas mismas empresas en otros países, a qué se dedicaron hace años… Para todo esto decidí escribir este libro.

Traficantes de información es una historia de finanzas, despidos laborales, manejos de Bolsa, especulaciones financieras, chantajes, sobornos y, por supuesto, delitos. Nada fuera de lo habitual si no fuese porque quieren hacernos creer que la historia de los medios de comunicación es la historia de la libertad de expresión y de la pluralidad informativa.

Es verdad que entre los propietarios de los medios y los receptores intervienen otros actores que condicionan el resultado del producto informativo:

anunciantes, políticos, *lobbys*… Abordarlos todos sería un proyecto inabarcable para este trabajo, de ahí que me centre en la identificación de los propietarios y los métodos con los que operan en el mercado. En mi libro anterior, *Desinformación* (Península, 2009), presentaba la distancia entre la realidad y la información que nos llega a través de los medios. Es hora de saber quiénes son ésos que no nos informan, sería un error pensar que el origen de la desinformación sólo obedece a incompetencia profesional, dinámicas laborales o formatos inapropiados. El catedrático de Comunicación Audiovisual y Publicidad en la Universidad Complutense de Madrid, Enrique Bustamante, afirmaba en 1980 que «resulta innegable el derecho de los receptores a saber quién les informa, quién está ahí, al otro lado de las ondas o de las páginas impresas, actuando como juez de la realidad al decidir las noticias y la orientación ideológica que éstas llevan consigo ineludiblemente»[5]. Afirmaba que cualquier investigación sobre los medios de comunicación de masas, antes de analizar los contenidos y los efectos, tendría que partir de la identificación del emisor, es decir, saber con exactitud quién está detrás de cada medio. Yo mismo he señalado en decenas de ocasiones que, antes de comenzar a leer un periódico, sintonizar una emisora de radio o sentarse frente a un televisor, debemos de saber quiénes son los dueños del medio. Por su parte, Vicente Romano ya señalaba en 1977 que «la investigación de los medios es, en sí, inseparable de la investigación en torno a los emisores, a quienes comunican a través de ellos y, sobre todo, a quienes los poseen, manejan y controlan, que son los que, en última instancia, les asignan el rol que deben desempeñar en la sociedad»[6].

Desde hace decenios, activistas sociales e intelectuales no han dejado de denunciar que los grandes medios están bajo el control de multinacionales y grupos económicos poderosos. Para la derecha los medios suelen ser proyectos liderados por empresarios honestos y emprendedores o ejecutivos eficientes y laboriosos. La izquierda, más acertada en su diagnóstico, suele despachar el asunto afirmando genéricamente que los medios de comunicación están controlados por los bancos, las multinacionales y la Iglesia, algo que, sin ser falso, no debe bastar para el ciudadano que quiere conocer con precisión los poderes y dueños que hay detrás de los medios. Ya es hora de conocer los detalles de esas afirmaciones que se daban por supuestas, pero que no se detallaban con rigor y profundidad.

El secreto mejor guardado

Hace treinta años, igual que yo ahora, Enrique Bustamante abordó el proyecto de descifrar quiénes estaban detrás de la propiedad de los medios de comunicación, el resultado fue su libro *Los amos de la información en España* (Akal, 1980). Señalaba entonces que «el trabajo más arduo y penoso consistió sin duda en la obtención de los materiales de base de los capítulos que identifican y analizan a los propietarios de los medios informativos». Hoy, en plena era de la información, podemos decir que conseguir esa información, precisamente sobre los medios encargados de informar, es un proyecto agotador. Los medios que tanto alardean de destapar los asuntos oscuros de empresas y políticos se convierten en los mayores censores y ocultadores de las cuestiones económicas que les afectan a ellos. Resulta paradójico que quienes se supone que tienen el objetivo de facilitar información a la ciudadanía adopten la postura contraria, la opacidad, a la hora de desvelar quiénes son sus propietarios. Bustamante hablaba ya de «la oscuridad, la desinformación y la falta de posibilidades de conocimiento que el público sufre cotidianamente sobre los propietarios y controladores de los medios de información». Según señalaba, este oscurantismo obedecía a que nos encontrábamos ante «la búsqueda de un secreto sobre nombres y vinculaciones cuya ruptura repercutiría desfavorablemente en la propia credibilidad de la información ofrecida». Ahora Bustamante afirma que en aquella época, finales de los años 70 y principios de los 80, el sistema comunicativo español aún estaba hipotecado en buena medida por la herencia del franquismo. De forma que la mayor parte de las conexiones de poder entre las empresas de comunicación y el poder político y económico se desarrollaba a través de consejeros interpuestos y conexiones con el mundo financiero. La falta de transparencia era abrumadora. Y era precisa una tarea de detective ante cada empresa.

Hoy, el sistema comunicativo ha cambiado profundamente, fruto de las evoluciones del mercado pero también, y en mucha mayor medida, de las decisiones políticas y regulatorias. Los grupos de comunicación se han hecho multimedia, en buena parte de carácter nacional y sólo en pequeña medida, internacional. La salida a Bolsa de muchos de estos grupos ha dado una apariencia mayor de transparencia, pero el usuario sigue desconociendo en general la personalidad y los intereses de quien le informa. Argucias como las

sociedades *joint ventures*[7] o las empresas y accionistas fantasmas, siguen enredando ese conocimiento fundamental para el ciudadano en una democracia. A ello hay que añadir la internacionalización del capital, con irrupción en España de las sociedades de capital riesgo y fondos de inversión globales que complican aún más esa situación. En internet, hemos asistido a un retroceso de la transparencia, de forma que portales y blogs oscuros nos informan sin desnudar sus verdaderas fuentes de financiación e intereses[8].

Una vez puestos a buscar qué hay detrás de cada grupo de comunicación, lo primero era dirigirse a su página web. Es habitual encontrar en ellas el apartado «Quiénes somos». Pero allí lo que aparece es el *staff* del medio, no los nombres de los dueños y empresas propietarias, es decir, nombran quiénes lo hacen, pero no quiénes son. Como señaló Enrique Bustamante, es frecuente que los medios fomenten el protagonismo del periodista, el locutor, el comentarista o el presentador, es decir, de los actores secundarios frente a los verdaderos dueños del guión y del entramado. Resultó curioso el caso de la veterana periodista Rosa María Mateo, primero de TVE y luego de Antena 3. Para el público su imagen era reverencial al tratarse de una presentadora televisiva que llevaba apareciendo en la pantalla contándonos la actualidad desde 1966 hasta 2003. Sin embargo, ese año Antena 3 canceló su contrato y se fue al paro como un conserje o un administrativo más de la empresa. Así nos dimos cuenta de que quien se suponía era la imagen pública de una televisión, era sólo una trabajadora más, carne de despido como cualquier otro. Los que mandaban, la despidieron y los que representaban a la empresa nunca salieron en la pantalla ni nos dijeron quiénes eran.

Cuando uno se acerca a conocer un grupo de comunicación, lo más habitual es que ni su web oficial ni los analistas planteen algo tan obvio como quién es el dueño. Una empresa no es la media docena de ejecutivos que cobran un sueldo para que sea rentable, la verdadera empresa son los propietarios y quienes la financian (que no son precisamente la audiencia ni los lectores), y eso no lo muestran fácilmente. En algunos casos, si la empresa cotiza en Bolsa, ante la obligación de hacer público su accionariado, te redirigen a las fotocopias escaneadas de un informe anual de gobierno corporativo de 100 páginas alojado

en la Comisión Nacional del Mercado de Valores. En otros casos nos perdemos en una cadena de empresas pantalla sin que nunca sepamos los nombres y apellidos de los accionistas. Así, las empresas que se dedican a la información no informan de lo que tienen más cerca, sus dueños. Como curiosidad, basta citar que entre las notas de prensa corporativas disponibles en la web de Telecinco no hay ninguna que hiciese referencia al acuerdo de diciembre de 2009 con Prisa para la compra de Cuatro y la entrada en Digital+, una noticia portada en todos los medios, protagonizada por Telecinco —y supuestamente positiva— que no consta en el servicio de prensa de su web oficial. Varias llamadas y correos a la jefa de Prensa de Asuntos Corporativos de Telecinco y Publiespaña no sirvieron para que me respondiera a unas sencillas dudas sobre ese acuerdo.

A lo largo de los capítulos que tratan de cada grupo empresarial se encontrarán conflictos laborales, escándalos empresariales y denuncias de diferentes tipos. Algunas de ellas se han difundido en los medios de comunicación, pero lo que coincide en todas es que los medios de comunicación afectados siempre las silenciaron. Muchos podrán decir que es normal, pero no debería serlo; si los medios nos ocultan las cuestiones negativas sobre su propia empresa, eso quiere decir que tienen asumido el hecho de ponerse al servicio de criterios no profesionales, que harán lo mismo con noticias o informaciones negativas referentes a los Gobiernos o políticos de su confianza y que magnificarán los escándalos de sus enemigos. En conclusión, que tendremos un resultado totalmente distorsionado de la realidad.

Las posibilidades que les brinda la ingeniería financiera actual les facilita cada vez más el oscurantismo. Véase por ejemplo el caso del grupo Mediapro (capítulo VI), con un entramado de más de 40 empresas que salió a la luz sólo porque tuvieron la obligación de entregar al juzgado parte de su documentación con objeto de solicitar el concurso de acreedores. Aun así, hubiera seguido estando oculto si no fuese porque en la causa estaba enfrentado al Grupo Prisa, quien tuvo acceso a los documentos y los publicó en el periódico económico del grupo bajo el titulo «La enrevesada trama empresarial de Imagina, al descubierto».

José Rubio, presidente del comité de empresa de Antena 3 TV durante casi veinte años, señala que «la tendencia actual de los grupos de comunicación es a

ramificar su estructura mediante todo un entramado de empresas». «De esta forma —añade Rubio— se persiguen dos objetivos. Por un lado, que las condiciones laborales de los empleados se rompan, se reviente su homogeneidad y se dificulte la organización laboral y su representación. Pero fundamentalmente esto se hace para que el dinero se lo puedan distribuir mejor las personas que gestionan la empresa sometiéndose a menos controles de las autoridades y de los accionistas»[9]. A todo ello se añade la utilización de los paraísos fiscales, el recurso de fondos de inversión con sede en países menos transparentes, la fragmentación del accionariado en decenas de empresas pantalla o cadenas interminables de empresas accionistas que nunca se acaban y no permiten llegar a la identificación del propietario último. Todo ello sale a la luz de forma elocuente a lo largo de las páginas de este libro.

Concentración

No he hecho un estudio académico en el que se recurre a estadísticas de audiencia para mostrar el grado de concentración de la información en pocos grupos como hicieron magníficamente en su día Martín Becerra y Guillermo Mastrini sobre los medios en América Latina[10]. Tampoco ofrezco con cada medio o grupo de comunicación datos de ventas o audiencia. Considero que no tendría sentido hacerlo en un libro, sólo aportaría datos con meses de retraso que están actualizados y disponibles en el Estudio General de Medios (EGM) o en la Oficina de Justificación de la Difusión (OJD). Creo que cuando el lector observe todos los medios que están bajo el control de cada grupo analizado se hará una idea clara de su potencialidad sin necesitad de ningún otro estudio o análisis. Por otro lado, lo preocupante es que hoy la concentración es mayor que antes y, por tanto, la pluralidad es menor. En 1975 se expresaba la preocupación de que 20 diarios concentraban el 55 por 100 de la difusión total de la prensa en España[11]. Viendo el panorama actual, no hace falta indagar mucho para deducir que aquél era un escenario de mayor pluralidad que el que vivimos ahora. La evolución en el panorama audiovisual ha sido igual de inquietante, atrás quedó la legislación que, con la legalización de las televisiones privadas, establecía un límite del 25 por 100 del accionariado de una televisión e impedía a un propietario superar el 5 por 100 de presencia en más de una. En 2009, con la excusa de fortalecer

financieramente a las empresas de televisión, se aprobó un real decreto que suprimió el límite del 5 por 100 en las participaciones cruzadas entre compañías y sólo impone que la audiencia media acumulada de los operadores no supere el 27 por 100 de audiencia total.

Incluso el aumento de la oferta mediante la Televisión Digital Terrestre (TDT) ha venido acompañado de la concentración de licencias en los mismos propietarios, puesto que se ha hecho un reparto salomónico de licencias de canales para todos los grupos privados ya existentes[12]. Bustamante señala que la concentración «no encuentra justificación económica alguna en lo que a optimización de beneficios contables se refiere. Y remite exclusivamente en la inmensa mayoría de los casos a una búsqueda de concentración de poder, de poder informativo que cimenta, sostiene y potencia incluso a los poderes económicos y políticos dominantes»[13].

Este libro no insiste en desarrollar exposiciones que muestren el ideario o la línea editorial de cada grupo o de los medios más significados. No hace falta. Basta con observar quiénes están detrás para llegar a una conclusión evidente, sólo puede haber una línea ideológica: la de la defensa del mercado y el silenciamiento o ataque a cualquier ideología que defienda cambios en las estructuras económicas dominantes. Estoy firmemente convencido de que cada vez que se termine de leer un capítulo se verá claramente cuál será la línea informativa de los medios del grupo. Se trata, precisamente, del ejercicio contrario al que hacemos todos los días. Ellos pretenden que partamos de la idea de que no tienen ideología, sólo vocación informativa. Mi objetivo es que, conociendo quiénes son, cuáles son sus entramados financieros o sus políticas laborales, podamos ya concluir cuál es la ideología de sus contenidos. Lo habitual es que esos medios nos insuflen su línea editorial sin que sepamos los entretelones de la empresa ni el modo en que pueden influir los intereses empresariales y económicos en el resultado. Ya va siendo hora de que hagamos el ejercicio inverso, es decir, que conozcamos esos entramados ocultos para ya adivinar cuál será su posición editorial e informativa.

Pluralidad

Se argumenta reiteradamente que la existencia de varios canales de televisión y

radio, así como diferentes cabeceras de prensa, son claras muestras de la pluralidad existente. Vicenç Navarro es catedrático de Ciencias Políticas y Sociales en la Universidad Pompeu Fabra, exiliado durante decenios, ejerció la docencia en diversas universidades estadounidenses y hoy es columnista en diferentes medios españoles. En su opinión, existe amplia evidencia de que el abanico de opiniones en los mayores medios de información y persuasión del país es muy limitado. Los puntos de vista críticos de sensibilidad de izquierdas están claramente discriminados en aquellos medios, y las posturas progresistas tienen grandes dificultades en poder alcanzar a la población. Ejemplos hay miles. El blindaje mediático del rey, en el que sistemáticamente se promueve su figura y la de la Familia Real, con veto de voces críticas al jefe del Estado y a la monarquía. La enorme densidad de mensajes promoviendo políticas liberales que se presentan como las únicas posibles, sin permitir voces alternativas que presenten soluciones más cercanas a los puntos de vista progresistas, y muchos otros ejemplos. He vivido durante mi largo exilio en varios países, y en ninguno he encontrado tanta limitación en el abanico mediático como en el nuestro. Sólo muy pocos diarios, por desgracia pequeños, presentan una realidad distinta[14].

Viendo la situación económica de las empresas que hay detrás de los medios y de sus ejecutivos, es fácil deducir que sólo puede haber una línea editorial. Si los periódicos están aplicando Expedientes de Regulación de Empleo (ERE) no editorializarán en contra del abaratamiento del despido. Si sus consejeros delegados son titulares de fondos SICAV[15] (a lo largo de la obra veremos quiénes), es lógico que los medios apoyen un buen trato fiscal para esos fondos. Si muchos de sus accionistas participan en empresas con sedes en paraísos fiscales, tampoco pondrán mucho énfasis en denunciar su existencia y la lucha contra ellos. Si pertenecen a grupos empresariales que logran beneficios en el mercado editorial latinoamericano, en el financiero o en el de telefonía, es normal que desde los medios españoles critiquen a Gobiernos de ese continente que creen imprentas y editoriales del Estado, desarrollen una banca estatal o adquieran una participación pública en el mercado de la telefonía. No es necesario investigar la ideología en los medios, como decía el informante del caso Watergate[16], basta con seguir el rastro del dinero y las conclusiones son

evidentes.

Lobby social

La pretensión de un grupo empresarial de intervenir como agente de opinión en la sociedad no sólo se observa en el hecho de que desarrollen una red de medios de comunicación, sino que, como apreciamos en cada capítulo, tejen una estructura de *lobby* que incorpora fundaciones, premios, centros culturales, etc. Todo ello les aporta muchas ventajas: fiscales, salida de productos informativos de poca rentabilidad, mejora de su imagen mediante participación en campañas sociales, publicidad de sus firmas y periodistas habitualmente ganadores de los premios convocados por sus empresas, divulgación de su ideario en foros públicos organizados por su estructura de fundaciones, utilización privada o por la empresa comercial de infraestructuras de la fundación, etcétera.

Competencia

Veremos que no solamente no hay pluralidad, sino que el sacrosanto principio neoliberal de la competitividad como garantía del buen hacer profesional, no se cumple en los grupos de comunicación. Descubriremos que corporaciones, supuestamente competidoras, tienen proyectos empresariales comunes, así la productora de un grupo que tiene una televisión, por ejemplo Mediapro, produce programas para otra cadena rival. A través de accionistas de tercera generación o más observamos que una misma entidad está presente en varios grupos mediáticos. O el caso de Mediaset, que participa en diferentes televisiones que se supone que compiten entre ellas, como Telecinco, Cuatro y hasta Veo TV, de Unidad Editorial. Pero además hay dinero de Berlusconi (Mediaset) en el diario *El País* y en su competidor *El Mundo*, y representantes suyos sentados en los consejos de administración de ambas empresas. Grupos que tienen medios escritos en competencia, como Godó *(La Vanguardia)* o Prisa *(El País)* resulta que son socios accionistas en radio (Unión Radio). También está el caso de la italiana DeAgostini, socia de Mediabanca en el organismo que gestiona las loterías en Italia (Lottomatica), y al mismo tiempo es socia al 50 por 100 de Planeta DeAgostini. Pero Mediabanca a su vez es accionista del grupo

propietario de Unidad Editorial *(El Mundo)* y DeAgostini es socia de Planeta, propietaria del periódico competidor *La Razón*.

Los ejemplos son innumerables. La mexicana Televisa es socia de Mediapro en laSexta, pero en su país lo es de Prisa en Radiópolis. De modo que con Prisa, mediante Cuatro, es competencia de laSexta y en México son socias. La promiscuidad empresarial es sorprendente. El Grupo Prisa y sus socios del fondo de inversiones Liberty contrataron a la empresa de imagen Hill&Knowton para explicar su acuerdo empresarial. Pero Hill&Knowton pertenece al grupo británico WPP, socio de Mediapro en el grupo audiovisual Imagina. De forma que quienes deben explicar de forma convincente los negocios de Prisa son los socios de su competidor Mediapro. Igualmente la empresa de publicidad de Antena 3, Atres Advertising, comercializa la publicidad de Veo7 —propiedad de Unidad Editorial— y de Disney Channel —participada por Vocento.

Algunas de estas perversiones mercantiles han llegado a provocar la intervención de las autoridades; en mayo de 2010 la Comisión Nacional de la Competencia abrió expedientes sancionadores a Prisa, Vocento, Godó y Zeta por pactos publicitarios debido a que comparten las mismas empresas para comerciar su publicidad. Esta circunstancia convierte en absurdas e inútiles algunas de las medidas legales establecidas para evitar la concentración, por ejemplo se establece que no puede haber fusiones televisivas que supongan concentrar más del 27 por 100 de la audiencia, pero este límite lo puede conseguir una misma empresa de publicidad que gestione más de una cadena de televisión. De esta forma, la medida gubernamental establecida para evitar el control de un amplio sector de la audiencia por un mismo propietario, se convierte en papel mojado porque sí lo conseguirá una empresa de publicidad, cuyo potencial de influencia en los contenidos puede ser igual o mayor que el del dueño. En opinión de Ramón Zallo, catedrático de Comunicación Audiovisual de la Universidad del País Vasco, los procesos de fusión y concentración que se están desarrollando confirman que no es la sociedad la que está en el punto de mira como beneficiaria de la socialización del conocimiento (en la demanda y usos) y ni siquiera las PYMES (en la política de la oferta) sino algunos pocos grupos a los que se les reserva una plaza de honor en el olimpo del capital mediático español… e italiano (Berlusconi). Las potencialidades de la TDT se sacrifican en el proceso de acumulación natural en el capitalismo cognitivo[17].

A lo anterior hay que añadir la connivencia con el poder político como elemento distorsionador de la libre competencia entre los grupos empresariales. Al contrario de lo que se suele creer, los medios privados pueden ser más permeables al poder gobernante que los medios públicos. No olvidemos que parte de los ingresos económicos de los medios privados procede de decisiones gubernamentales: publicidad institucional, medidas fiscales beneficiosas, subvenciones, ayudas a I+D, etc. Y sin embargo, no existen los mecanismos de control que se pueden establecer para los públicos: consejo editorial, representantes de la oposición o comisión parlamentaria, consejos ciudadanos… El resultado es que, en democracia, los grupos de comunicación privados y sus medios incorporan más sesgo político en sus contenidos que los públicos y disfrutan —o sufren, según el caso— más injusticia a la hora de la libre competencia empresarial que otros sectores de la economía[18].

Consejos de administración

Intentan inculcarnos la idea de que los medios actúan con absoluta autonomía, que sus propietarios no establecen condicionantes ni exigencias sobre los contenidos, de modo que las decisiones corresponden a una dirección profesional de veteranos periodistas que ostentan los cargos de director, subdirector, jefes de sección, etc. E incluso se habla de consejos editoriales donde confluyen figuras destacadas de la vida intelectual y cultural del país. A lo largo de esta obra veremos numerosos casos que demuestran lo contrario: vetos de las críticas a los grupos accionariales, directrices editoriales para todos los medios del grupo de comunicación, silencios informativos sobre los conflictos laborales que afecten a la imagen de la empresa y purgas de profesionales que no acataron las órdenes. No es verdad que los consejos de administración se limiten a controlar la marcha económica de la empresa, las políticas de inversiones y el reparto de beneficios. Estos consejos vigilan y supervisan las líneas editoriales y de opinión, las temáticas a cubrir, los enfoques y los principios ideológicos a través de los cuales tamizarán toda la información y opinión que se difunda. Para ello seleccionarán a los directivos periodísticos con el perfil más acorde con ellos y los presentarán como los «profesionales independientes» que desde su

experiencia y cualificación darán la imagen de ofrecer un producto netamente periodístico.

Según Dardo Gómez, secretario general de la Federación de Sindicatos de Periodistas (FeSP), «hace años que los directores han resignado su poder de decisión y lo han dejado en manos de los gerentes y directores de *marketing*; de esta forma se confía la fortuna del medio no a la mejor información sino a la calidad del *marketing* o a las “promociones”. En este panorama, el *staff* periodístico vive más preocupado por la política interna y por preservar sus puestos que por la calidad de la información. Así, se acepta todo tipo de recortes de la plantilla o arbitrariedades en la gestión de la información sin oposición alguna»[19]. A lo largo de *Traficantes de información*, el lector no encontrará muchos nombres de periodistas, no debería ser lógico, pero es el resultado de unas estructuras informativas que sólo son apéndices de estructuras empresariales y a ellas sirven. Observaremos con detalle que detrás de los medios no hay profesionales de la comunicación, ni siquiera empresarios preocupados por la información, sólo dinero de grandes emporios económicos, algo que ya advertía Manuel Vázquez Montalbán nada menos que en 1971: «De un tiempo a esta parte, es ostensible el fenómeno creciente de participación en los medios de comunicación por parte de grandes firmas bancarias y sociedades financieras»[20]. Ya no podemos hablar de participación creciente porque ya la tienen toda.

Lo escribía Margarita Rivière en 2003: «El ágora pública de los medios de comunicación actuales, hoy está conducida por unos superejecutivos que han hecho de lo que podía haber sido el arte de la comunicación un territorio regido por la cultura del mánager: competición, beneficios y dinero como prioridades»[21]. Basta señalar como ejemplo el debatido asunto de los anuncios de prostitución en prensa. Mientras podemos leer en cualquier periódico la denuncia de las tristes condiciones de las trabajadoras del sexo y la explotación a la que se ven sometidas miles de mujeres procedentes de países empobrecidos, son pocos los diarios que han renunciado a estos anuncios que les aportan pingües beneficios. Algunos, como *La Razón*, dejaron de publicarlos cuando comenzaron a distribuir el diario junto a *L’Osservatore Romano*, el rotativo del Vaticano, y se dedicaron a criticar a quienes los seguían reproduciendo. Hasta entonces, según el diario *La Gaceta*, *La Razón* se embolsaba más de 1.700 euros

al día con estos anuncios[22]. El Gobierno español elaboró un Plan Integral contra la Trata de Seres Humanos con fines de explotación sexual que entró en vigor el 1 de enero de 2009, además de definir a las prostitutas como «víctimas», instaba a los diarios a que, mediante la autorregulación, eliminasen cualquier relación empresarial con la prostitución. Sólo lo hicieron *Público*, *20minutos*, *Avui* y el citado *La Razón*. Según una comisión parlamentaria que abordó el asunto en 2007 y elaboró un informe sobre la situación de la prostitución[23], en un día laboral, los periódicos españoles recogían este número de anuncios de prostitución: 702 *El País*, 672 *El Mundo*, 225 *ABC* y 91 *La Razón*. Así, periódicos como *El País* y *El Mundo*, ingresaban en torno a seis millones de euros anuales. Otros, como el Grupo Vocento, llegaban hasta los 10 millones. Si la condena social a la difusión de una prostitución, que en su gran mayoría está protagonizada por mujeres en situación de semiesclavitud, no despierta la sensibilidad ni los escrúpulos de las empresas periodísticas que ganan cifras millonarias con ella, menos todavía van a permitir el predominio de valores como la pluralidad o el rigor periodísticos, si éstos van a afectar a sus beneficios empresariales o al marco político e ideológico ideal para seguir teniéndolos.

El periodista Enric González, en el acto de entrega del Premio Cerecedo con el que fue galardonado en noviembre de 2009, expresaba la incompatibilidad entre empresa y periodismo: «Ya no hay que fiarse de las grandes empresas, tienen otros intereses. Habrán de ser los periodistas los que se organicen, en cooperativas, en sociedades, como sea, para seguir haciendo información. Las empresas ya no son la prensa».

Se observa que, ante todo, prima un proyecto empresarial y comercial. Veremos a lo largo de este libro muchos ejemplos: el grupo Prensa Ibérica cerrando y abriendo periódicos en función de intereses inmobiliarios, ejecutivos puestos al frente del Grupo Zeta por la banca acreedora. También, por supuesto, la presencia en el accionario de empresas que no tienen relación con la información: BBVA en Vocento, Telefónica en Prisa, etcétera.

La banca

En el relato de los accionistas y sus movimientos podría parecer que la presencia de la gran banca no es tan predominante, pero sí existe su influencia. Si

observamos la situación financiera de los grupos, comprobamos que éstos requieren apoyos bancarios impresionantes, en muchos casos deben cientos de millones cuyas fechas de devolución a los bancos que les prestaron ya han vencido y que, por tanto, les imponen condiciones y exigencias de todo tipo. Las necesidades constantes de financiación y liquidez de las empresas de comunicación las convierten en rehenes constantes de la gran banca.

> Las vinculaciones de los medios informativos de masas con la banca adquieren así una mayor significación aún, en la medida en que, de una parte, multiplican las dependencias y subordinaciones de la información ante variados y complejos intereses; de otra, porque no sólo implican vías privilegiadas de crédito y liquidez, sino que también garantizan en buena medida una abundante facturación publicitaria, reforzando así por esta doble vía tanto la dinámica hacia la concentración como el grado de control sobre la información[24].

Es curioso, pero las dos entidades con actividad bancaria que Enrique Bustamante destacaba en 1981 con más presencia en los medios —Banesto y Rumasa— acabaron intervenidos por el Gobierno o los jueces por corrupción, lo que muestra que no son precisamente los más honorables los que ponen su mirada —y sus manos— en los métodos de operar con la opinión pública. El papel de la banca en los medios y el hecho de que se trate de productos que van más allá de su posible beneficio empresarial —puesto que llevan asociado el poder de intervenir en la opinión pública— provocan que se desborden los principios clásicos del funcionamiento del mercado. Veamos un ejemplo. ¿Qué futuro económico le auguraríamos a un panadero que debiese a los bancos cinco veces el precio de su panadería? Es el caso del Grupo Prisa, y sin embargo consiguió que le comprasen parte de la empresa y, encima, blindando el sueldo de sus ejecutivos. ¿Por qué sucede eso? ¿Por qué una empresa con una deuda cinco veces mayor que su patrimonio no entra en quiebra y encima sus gestores terminan manteniendo su contratos multimillonarios con unos nuevos propietarios? Porque tienen algo más valioso que el dinero, la capacidad de crear opinión, su propiedad son los millones o cientos de miles de audiencias o lectores a quienes se puede transmitir lo que quiera el dueño del grupo. Es una

buena razón para pagar en vez de buscar beneficios económicos directos.

Publicidad

También se observa que, durante los últimos años, los grupos de comunicación han ido desarrollando sus propias agencias de publicidad. Eso no sólo supone que el factor publicidad sea un grupo de presión en los contenidos, sino que además, ahora, los anunciantes se sientan en el consejo de administración del grupo. Se podría decir que el grupo posee una agencia de publicidad, pero dada la importancia de la publicidad en la viabilidad económica de la empresa, quizá sería más acertado afirmar que ahora una agencia de publicidad posee un grupo de medios.

Es importante aclarar que la influencia del sector publicitario no se limita a las noticias concretas que afectan a sus intereses inmediatos, sino a todo lo que atañe a la ideología política y al modelo político y social en el que las empresas que se publicitan se desenvuelven más cómodamente y con más beneficios. En la historia han sido muchos los casos de boicoteos a los medios de comunicación por la vía de la publicidad. Bustamante recuerda que en 1961 un boicot llevó a la quiebra al periódico venezolano *El Nacional* por no haber tomado una postura claramente anticastrista. Su venta posterior a un equipo de la oligarquía nacional bastó para que los anunciantes volvieran a fluir masivamente. En España, en 2008, la empresa de seguros Ocaso y la cervecera Heineken retiraron su publicidad de la cadena de televisión laSexta en protesta por el tratamiento informativo que recibía la Iglesia en ese canal. A principios de la década de los noventa El Corte Inglés retiró su publicidad habitual del periódico del Partido Comunista de España (PCE), *Mundo Obrero*, por la cobertura que esta publicación dio a un libro muy crítico con la empresa —*Biografía de El Corte Inglés*, de Javier Cuartas—. Nunca más volvieron a contratar publicidad. Por cierto, la única vez que volví a oír una referencia a ese libro fue en TVE en enero de 2010 en un reportaje sobre las rebajas y el duelo entre Galerías Preciados y El Corte Inglés en los años cuarenta[25]. Curiosamente eso sucedía cuando la televisión pública española dejaba de emitir publicidad en aplicación de la nueva legislación. O dicho de otra manera, cuando ya no le importaban los ingresos publicitarios de los grandes almacenes.

La *piovra* italiana

Otra de las cosas que podemos observar es que el panorama de los medios de comunicación españoles se ha convertido en arena de combate internacional. Los ciudadanos creen que se trata de empresas españolas que compiten pero no es verdad, con Mediapro están los británicos de WPP, con Prisa los estadounidenses de Liberty (y Berlusconi), Telecinco es de Berlusconi y los dueños de Unidad Editorial son los italianos de RCS. Todo eso supone que, cuando se aborden temáticas internacionales los intereses españoles quedarán en un segundo plano puesto que el dinero que hay detrás de los medios procede de empresas extranjeras.

En Italia, *piovra* significa «pulpo», pero en sentido figurado es una estructura de poder que, por medio de sus ramificaciones, abarca, controla y explota un amplio espacio social. Y algo así es lo que hemos descubierto analizando la propiedad de los medios de comunicación españoles. El silencio sepulcral que caracteriza a los movimientos accionariales relacionados con la comunicación ha impedido que la sociedad española percibiera la progresiva y masiva entrada de capital italiano en el panorama mediático español. De los nueve grandes grupos aquí analizados, cuatro son de propiedad total o mayoritaria italiana. En el caso de la televisión, el control italiano es abrumador porque incluye Telecinco, Antena 3 y Cuatro, además de sus *secundarias* en TDT. Si observamos los datos de audiencia de abril de 2010 podemos afirmar que más del 60 por 100 de los espectadores españoles de un canal privado de televisión lo eran de uno de capital mayoritario italiano. En opinión de Ignacio Escolar, primer director del diario *Público* y actualmente columnista de ese periódico, «la presencia de italianos está en expansión, creo que es escandalosa. Aunque supongo que RCS estará arrepentido por la crisis de Unidad Editorial, en Antena 3 y en Telecinco han ganado mucho dinero. El caso de Cuatro es diferente, está muy ligado a la crisis de Prisa»[26].

El dominio de Berlusconi en el panorama televisivo español es especialmente preocupante, veremos que ahora es propietario mayoritario de Telecinco y Cuatro en abierto y minoritario en Digital+. El periodista italiano Marco Travaglio es autor del libro *L’odore dei soldi* (El olor del dinero)[27], sobre las finanzas, corrupción y procesos judiciales de Silvio Berlusconi, es también fundador de uno de los periódicos más críticos con el Gobierno, *Il Falto*

Quotidiano. Travaglio señala que España es el único país donde las empresas de Berlusconi han conseguido penetrar. De Francia le echó Chirac en 1990, en Alemania ni siquiera le han dejado entrar, porque su modelo televisivo es tan horrible, tan vulgar, tan embrutecedor, que cualquiera que aprecie un poco la cultura y la educación lo mantiene a distancia. España le ha dejado entrar y, naturalmente, él lo usa también para exportar su modelo, antes que político, cultural —o más bien anticultural—. Une lo útil con lo agradable, el dinero con la propaganda[28].

Pero hay más, como se podrá comprobar a lo largo de estas páginas después de estudiar la trayectoria de esos accionistas, hay muchas posibilidades de que si tecleamos el nombre de esos capitalistas italianos en Google, el buscador nos dirija a una información relativa a su procesamiento judicial y condena por delitos financieros. Lo que no quiere decir, por supuesto, que vayan a pisar la cárcel.

Casuística

En este repaso a los diferentes grupos de comunicación hemos tropezado con varias casuísticas. Veremos al empresario que comienza con una propuesta original e independiente, pero termina creciendo gracias a sus relaciones con la gran banca y el poder político, y acaba preso de ellos y arruinado hasta el punto de que el banco acreedor pone a uno de sus directivos al frente del grupo. Descubriremos el periódico que comienza con vocación de participación empresarial colectiva y termina traicionado por su directivos y vendido al capital financiero y asegurador italiano. También existe el gran empresario extranjero que logra introducirse en España gracias a connivencias políticas y termina acaparando cada vez más señales de televisión. Existe el caso del grupo que quiso gobernar en los países latinoamericanos y terminó vendiéndose a Wall Street. Y, por supuesto, el rancio poder económico y político franquista que se mantiene inalterable con la transición y la llegada de la democracia, sin ni siquiera tener que cambiar el nombre de sus cabeceras.
Sin embargo todos tienen algo en común: la utilización del periodismo y la

información al servicio del mercado y de la búsqueda del lucro. Ese servicio público o esa libertad de expresión, como ingenuamente suelen llamar los poderes públicos a los medios de comunicación, se convierte en mera materia de traficantes y mercaderes que la utilizan bien para conseguir dinero o bien para conseguir poder.

Medios públicos

Algún lector podría plantear que falta un gran grupo de medios: los que pertenecen al Estado. No los hemos analizado porque, en primer lugar, su estructura de propiedad está muy clara: son de todos nosotros de forma alícuota. Es verdad que no todos tenemos la misma capacidad de influir en su contenido y que, en muchas ocasiones, se alinean al servicio de determinados Gobiernos o partidos políticos, pero si eso sucede no es un fallo del medio de comunicación, sino de las instituciones, que deberán modificarse para que no suceda. En cualquier caso, el poder de un medio de comunicación público nunca es mayor que el del Gobierno o el Parlamento, y a éstos los votamos. El medio privado sí puede ser más poderoso que las instituciones, y con el agravante de que nunca lo podemos elegir. Por otro lado, la nueva Ley General de la Comunicación Audiovisual establece un control mayor del Consejo Estatal de Medios Audiovisuales en las cadenas públicas que en las privadas, lo que, una vez más, muestra que la participación democrática y el servicio público son mayores en los medios de titularidad estatal.

Un libro que molesta

Como no podía ser de otra manera, la historia de este libro ha vuelto a confirmar el estilo y poder de quienes, mientras dicen ser baluartes de la libertad de expresión, son los primeros en intentar evitar que las verdades que les molestan salgan a la luz. *Traficantes de información* me fue encargado por el responsable de la editorial Península, convencido de la necesidad de contar el entramado económico y financiero que sostiene a los grupos de comunicación españoles, poniendo en mí una confianza que agradezco. Sin embargo, y a pesar de que el resultado final contó con su total aprobación e incluso el libro se anunció entre

sus novedades de otoño, los altos directivos de la editorial y accionistas vetaron la publicación al comprobar que muchas de las informaciones y datos que aparecían en la obra no resultaban de su agrado para la imagen de accionistas, financieros y algunos socios empresariales, accionistas a su vez de grupos de comunicación que aparecían en el libro. Hubo de buscarse una nueva editorial que no temiera a estos poderes tan poco partidarios de que las verdades se pusieran a disposición de la opinión pública. Ramón Akal, responsable de la editorial que lleva su apellido y del sello Foca, no dudó un momento en cuanto se lo propuse, y es gracias a su confianza que este libro sale a la luz. Este incidente no es más que otro de los reflejos de que los grupos de comunicación que se presentan como desveladores de tramas, corrupciones y verdades, pueden ser los más celosos cómplices de los silencios cuando sus intereses andan en juego.

CAPITULO II
Prensa Ibérica

Editorial Prensa Ibérica (EPI) desarrolla su actividad sobre todo en prensa escrita local.

PRENSA DIARIA

La Opinión de Málaga, *La Opinión de Murcia*, *Información* (Alicante), *Levante* (Comunidad Valenciana), *Diario de Mallorca*, *Diario de Ibiza*, *Regió7*, *Diari de Girona*, *La Opinión de Zamora*, *Faro de Vigo*, *La Nueva España* (Asturias), *La Opinión de A Coruña*, *La Provincia-DLP* (Gran Canaria), *La Opinión de Tenerife*, *Superdeporte* (Comunidad Valenciana) y *Estadio Deportivo* (Andalucía), este último en copropiedad con Unidad Editorial.

SEMANARIOS

Empordà, *Magazine* (propiedad también del Grupo Godó, se distribuye con los diarios de los dos grupos), *Mallorca Zeitung* (en alemán).

EDITORIALES

Alba editorial. Creada en 1993 con vocación eminentemente literaria. Posee una colección de autores y obras históricas, ensayo filosófico y de actualidad, artes escénicas y también recetarios, guías de viajes y ciudades, manuales de escritura y de organización de talleres creativos.

DISTRIBUIDORAS

Grup Logistic Vilarroya, Papiro, Val Disme (Comunidad Valenciana y Murcia),

Totaldis.

ARTES GRÁFICAS

Artes Gráficas del Principado, Celta de Artes Gráficas, Imprintsa, Liberdúplex, Artes Gráficas del Mediterráneo (Valencia), Localprint, Artes Gráficas de Baleares, Corporación Gráfica Penibética (Antequera, Málaga), Artes Gráficas del Atlántico (Las Palmas de Gran Canaria).

TELEVISIÓN

Televisió de Manresa, Levante TV, Información TV, La Opinión TV, Canal 21, MálagaTV.

RADIO

Intervalencia-la977, Radio Diario Mallorca, Radio Diario Ibiza, Radio Canarias.

OTRAS TECNOLOGÍAS

Recursos en la red. Empresa con la que gestiona las webs de los medios del grupo. Participa de forma minoritaria en las sociedades del cable de Asturias (Telecable) y Galicia (R).

Sinergias con otros grupos

En mayo de 2009 Prensa Ibérica y el Grupo Zeta llegaron a un acuerdo para comercializar su publicidad en internet a través de una nueva empresa cuyo nombre es Corporación Publicitaria (CP). La unión no sólo implica la comercialización de los soportes digitales de ambas compañías, sino que también pretende extender el servicio a otras compañías como el Grupo Joly, *Diario de Navarra*, *Diario de León*, Grupo Alesport, WiFly o NoPuedoCreer.com. CP también aborda soportes temáticos digitales procedentes de las distintas revistas del Grupo Zeta como *Interviú*, *Woman*, *Man*, *Cuore* y *Viajar*.

Clubes de opinión

El Grupo Prensa Ibérica también tiene entre sus políticas la de ser un agente de influencia social. Para ello ha creado los denominados clubes de opinión en varias provincias ligados a su periódico regional. En ellos se programan actividades públicas como presentaciones de libros, debates, conferencias-coloquios, exposiciones o conciertos. Son los siguientes: Club Prensa Asturiana, Club Diario Levante, Club Prensa Canaria, Club Faro de Vigo, Club La Opinión de Murcia, Club La Opinión de Zamora, Club La Opinión de Tenerife, Club Diario de Ibiza, Club Diario de Mallorca y Tribuna de Girona.

Accionistas

Prensa Ibérica es propiedad del matrimonio formado por María Aránzazu Sarasola Ormazábal y Francisco Javier Moll de Miguel, propietarios cada uno de ellos del 50 por 100 de las acciones.

Propiedades fuera de españa

Francisco Javier Moll de Miguel pasa largas temporadas en Australia, donde es propietario de la publicación *The Adelaide Review*. Además de la citada revista, Editorial Prensa Ibérica «posee considerables intereses en Australia a través del Grupo Euro Pacific Holdings. Dicho grupo se mueve principalmente en el campo inmobiliario (cuenta con diversas propiedades en South Australia, entre ellas el edificio de la Bolsa de Adelaida, varios edificios de la ciudad y un viñedo en Barossa Valley)»[29].

Historia

La Editorial Prensa Ibérica es uno de los grupos más importantes de prensa regional en España con amplia presencia en nueve comunidades autónomas. Inicia su andadura en 1978 con la adquisición de Editorial Prensa Canaria, gestora del matutino *La Provincia* y del último vespertino que existió en España, *Diario de Las Palmas*. Años más tarde, en enero del año 2000, se producía la fusión de ambas cabeceras históricas en una sola con el nombre de La

Provincia/DLP.
La verdadera conformación del Grupo Editorial Prensa Ibérica será en 1984 al acudir a la subasta de los Medios de Comunicación Social del Estado —el holding público del franquismo— y adquirir las sociedades gestoras de *La Nueva España* de Asturias, *Levante-EMV* de Valencia e *Información* de Alicante. Es entonces cuando nace Editorial Prensa Ibérica en su configuración actual, como un grupo familiar de empresas regionales de comunicación. Dos años después tiene lugar la adquisición del *Faro de Vigo*, decano de la prensa española. A partir de 1988 el grupo ya no se limita a la compra de publicaciones existentes e inicia un programa de creación de cabeceras de nuevo cuño. *La Opinión de Murcia* será el primero de una serie de periódicos de denominación análoga. Al periódico murciano les siguió en 1990 *La Opinión de Zamora* (fusionado al año siguiente con *El Correo de Zamora*) dando lugar a *La Opinión-El Correo de Zamora*. A principios de los noventa, la ampliación del grupo continúa en Baleares. En 1991 adquiere *Diario de Ibiza* y un año más tarde *Diario de Mallorca*. En 1996 se produce un salto geográfico a Cataluña con la compra del *Diari de Girona*, editado íntegramente en catalán. En el año 2003 se incorporan dos nuevas publicaciones diarias: el deportivo *Superdeporte*, con presencia en la Comunidad Valenciana, y *La Opinión de Granada*, segundo rotativo del grupo editado en Andalucía. En el año 2006 se produce la adquisición de *Regió7*, íntegramente en catalán y con implantación en las comarcas de la Cataluña central.
Con el paso de los años, Prensa Ibérica se dedicó también a la expansión de sus negocios en internet, fundamentalmente en las ediciones digitales de sus diarios, y a la proliferación de sus emisoras locales de televisión y radio. También son destacados los avances en otras áreas relacionadas, como la impresión y la distribución de prensa o la publicación de libros.

Francisco Javier Moll de Miguel

Presidente de Prensa Ibérica. A principios de la década de los setenta trabajaba en San Sebastián como comercial del Banco Atlántico. En esta ciudad vasca conoció a Arantxa Sarasola, con quien se casó comenzando así su fortuna en los negocios mediáticos. Arantxa era hermana de Enrique Sarasola, uno de los

empresarios más emergentes de los tiempos del Gobierno de Felipe González. Sarasola fue amigo íntimo del ex presidente del Gobierno desde los años setenta, e incluso le llegó a ofrecer su casa en las tensas horas del golpe de Estado de 1981.

Dos años después de su llegada a la presidencia, Felipe González determina liquidar la cadena de periódicos del periodo franquista conocida como «Prensa del movimiento». Algunas cabeceras desaparecerían definitivamente y otras —las más rentables— se adjudicaron a personas y empresas de su confianza. El cuñado y la hermana del amigo de González recibieron la adjudicación de *La Nueva España* (Oviedo), *Información* (Alicante) y *Levante* (Valencia). Según los periodistas José Díaz Herrera y Ramón Tijeras, Moll logró estos dos últimos diarios tras llegar a un acuerdo con dos altos cargos socialistas valencianos, Rafael Blasco (consejero de la Presidencia en aquellos años) y su hermano Francisco Blasco (vicepresidente de la Diputación y presidente de la Caja de Ahorros)[30].

El estilo Moll

La tarde del 5 de noviembre de 2009, los 45 trabajadores del diario *La Opinión de Granada* recibieron la visita del director general de gestión del grupo, Juan Antonio López Ruiz de Zuazo, un desconocido para la mayoría de los redactores, quien les comunicó que «ése era el último día de trabajo, que el periódico del viernes sería el último y que al día siguiente nadie tendría que ir a trabajar. Los trabajadores volvieron al día siguiente para recoger sus cosas (libretas y amuletos, bolígrafos y fotos, carpetas, cachivaches…) y se encontraron con que la sede estaba cerrada a cal y canto»[31]. La decisión obedecía a las «dificultades económicas derivadas de la puesta en marcha del proyecto, iniciado en octubre de 2003, y a la crisis que afecta a los medios impresos», según informó el diario en un comunicado.

La Opinión de Granada llevaba funcionando seis años y tenía una tirada de 4.000 ejemplares diarios. Los trabajadores, en un comunicado, calificaron el cierre de «inmoral y totalmente injustificado», «sin previo aviso, con nocturnidad y alevosía»[32], y organizaron una protesta a las puertas de la sede donde denunciaron que el grupo editorial siempre los «tranquilizó» asegurando

que el proyecto «no corría peligro» al pertenecer a un grupo editorial «fuerte y con cabeceras consolidadas»[33]. Los sindicatos cuantificaron los beneficios de Prensa Ibérica en 2008 en 22 millones de euros. El mes de mayo anterior, *La Opinión de Granada* informaba en sus páginas de que era el diario que más había crecido en difusión en España en el segundo semestre de 2008[34]. En diciembre la inspección de trabajo de la Junta de Andalucía multó a Prensa Ibérica con 3.000 euros por haber aplicado un cierre patronal sin haber aportado documentación alguna ni notificación a los trabajadores con suficiente antelación. Todo ello no impidió que la empresa lograse llevar adelante el ERE tras llegar a un acuerdo con los trabajadores para aportar una indemnización total de entre 800.000 y un millón de euros. La dirección anunció que, tras el cierre de la edición de papel, mantendría la edición en internet, pero los trabajadores del diario denunciaron que de ella apenas se ocupan «tres personas (un redactor, un asistente de redactor y un comercial) con un salario de miseria»[35].

El cierre relámpago se explicaba en clave inmobiliaria. En realidad Moll es un grupo inmobiliario más que un grupo de comunicación, de hecho ahora está desarrollando esa actividad en Australia. Lo primero que hizo cuando llegó a Granada en el año 1998 fue comprar un edificio a Caja Granada, en la plaza Villamena. Según los trabajadores de *La Opinión de Granada*, por unos 1.200 millones de las antiguas pesetas, que al cambio son 7,2 millones de euros. La hipoteca, con un interés muy bajo, se suscribió con La Caixa porque el Banco de España no autorizó que se hiciera a través de la propia caja de ahorros granadina que vendía el edificio. Pocos años después, en 2003, puso en marcha el periódico, cuya sede ocupó uno de los cuatro pisos del inmueble. Los otros tres pisos los alquiló a su antigua propietaria, Caja Granada, y a la Junta de Andalucía, que instaló allí la Consejería de Innovación y la Consejería de Empleo (plantas 3.ª y 4.ª). En octubre de 2009 la Junta de Andalucía trasladó las dos consejerías alquiladas en el edificio de Editorial Prensa Ibérica a un nuevo edificio que había construido la Administración, igualmente Caja Granada también proyectaba cambiar su sede, lo que dejaba tres cuartas partes del edificio sin alquilar. El negocio en ese momento era vender el inmueble, pero para ello debía deshacerse del incómodo inquilino en que ahora se había convertido *La Opinión de Granada*. De ahí la decisión de cerrar el periódico y comenzar negociaciones de venta con La Caixa por valor de unos 18 millones de

euros. Veinte días antes del anuncio del cierre se reunieron en la sede del periódico Francisco Javier Moll e Isidro Fainé, presidente de La Caixa. Según los trabajadores del diario, la Junta pagó durante todos esos años, hasta octubre de 2009, unos 100.000 euros mensuales por el alquiler. Lo que supondría 100.000 euros × 12 meses × 6 años, es decir, 7,2 millones de euros, a lo que hay que sumar que tanto Caja Granada como *La Opinión de Granada* también pagaban alquiler. De hecho, algunas fuentes apuntan a que el 60 por 100 de los gastos de explotación del periódico correspondían al pago del alquiler al mismo dueño[36], lo que permitía trasvasar gran cantidad de dinero del periódico al grupo matriz, propietario del edificio, y aparentar pérdidas para el diario. Gran negocio primero con el alquiler y gran negocio después con la venta.

José Carlos Rosales escribió a los pocos días en la prensa granadina:

Alguien me lo dijo hace algunos años: los de Prensa Ibérica más que un grupo de información son un grupo inmobiliario, compran edificios, montan periódicos, venden los edificios, cierran los periódicos, se mudan de ciudad, se dejan influir, parece que la información es lo que menos les interesa. No sé si llevaba razón: los asuntos internos son asuntos internos[37].

Alberto Quian es el responsable en Madrid de la Asociación Gallega de Reporteros Solidarios (AGARESO), ha trabajado ocho años como periodista para Prensa Ibérica y conoce bien el funcionamiento de este grupo. Sus palabras sobre el presidente y dueño de Prensa Ibérica son duras:

A Moll le gusta la prensa tanto como el ladrillo o los viñedos. Y tanto le da una cosa que otra. Y si tiene que cerrar diez periódicos para invertir en vino y/o ladrillo, no dudes que lo hará. Al señor Moll tanto le da el ladrillo que el vino que la información. Porque al señor Moll, como buen empresario que es, lo único que le importa es el dinero[38].

La Opinión de Granada no es el único cadáver que deja tras de sí Prensa Ibérica. También encontramos muertos en el vecino Portugal. Se trata de *O Comercio do Porto* y *A Capital*, que sumaron 150 despidos. Tras comprarlos en 2001, sólo cuatro años después, en julio de 2005, la familia Moll liquidaba estas dos cabeceras portuguesas. No eran rentables. A Moll no le tembló el pulso a la hora de dar carpetazo a ciento cincuenta y un años de historia de *O Comercio do Porto* (fundado en 1854 y cuyo último número salió el 30 de julio de 2005). En opinión de Alberto Quian, «Francisco Javier Moll de Miguel pisoteó y quemó

una parte fundamental del patrimonio histórico, cultural y periodístico de nuestros vecinos portugueses».

Por las Baleares también pasó Moll. Prensa Ibérica ya poseía el *Diario de Ibiza* desde 1991. Su competencia era el periódico *La Prensa de Ibiza*, fundado en 1988. El presidente del Grupo Prensa Ibérica, Francisco Javier Moll de Miguel, compró este segundo en agosto de 1994 y lo cerró once días después. El cierre de *La Prensa de Ibiza* dejó sin empleo a cerca de 50 trabajadores. Una vez anunciada la clausura, *Diario de Ibiza*, el periódico que tenía Prensa Ibérica, la misma empresa que había comprado para cerrar después el competidor *La Prensa de Ibiza*, publicó un editorial titulado «El silencio de las rotativas» en el que lamentó el cierre de su rival, que atribuyó a la crisis económica y su traducción en el bajón publicitario.

Seguimos repasando el estilo Moll. El Gobierno de Canarias, a través de la Dirección General de Trabajo, rechazó en junio de 2009 el ERE presentado el 8 de abril por otro periódico de Prensa Ibérica, *La Opinión de Tenerife*, que pretendía inicialmente el despido del 49 por 100 de la plantilla (33 puestos de trabajo), cifra que después rebajó a 17. La asamblea de trabajadores rechazó la propuesta y amenazó con una huelga. La autoridad laboral argumentó que los diferentes informes económicos y de gestión presentados por el rotativo carecían de validez ante la viable situación económica del grupo editorial propietario del diario y no autorizó el ERE. Entre sus argumentos, se señalaron las intenciones empresariales de *La Opinión de Tenerife* de ampliar sus inversiones en el sector audiovisual, con una licencia de TDT. La Dirección General de Trabajo criticó la incongruencia de la propuesta de despidos ante esta nueva iniciativa empresarial, ya que la misma requeriría una futura contratación de mano de obra. Asimismo, dicho organismo público rechazó la situación de crisis como argumento para reducir la actual plantilla y mantuvo que la destrucción de empleos debe ser el último recurso. Por su parte, el sindicato UGT criticó que dos meses antes de la presentación del ERE se contrató a tres nuevos directivos y que, durante el ejercicio 2007, los miembros del consejo de administración de Prensa Ibérica se embolsaron 2.422.681 euros en concepto de sueldos y honorarios profesionales. A pesar de ello, el 18 de junio, fueron despedidos nueve trabajadores del diario tinerfeño de Prensa Ibérica con la intención de la empresa de llegar a los 17. La Unión de Profesionales de la Comunicación de Canarias (UPCC) los consideró

«injustificados», al tiempo que expresó su apoyo a los afectados, muchos de ellos «fundadores de este periódico» y «profesionales de referencia».

En el caso del diario *Levante* también se produjeron una veintena de salidas en los diez primeros meses de 2009, aunque siempre mediante la fórmula de no renovar contratos y ofrecer indemnizaciones.

En julio de 2009, fueron despedidas ocho trabajadoras de las áreas de recepción, devolución y cierre de la rotativa del *Faro de Vigo*. La situación llegó a tal gravedad que la gerencia del diario recurrió a la policía para desalojar por la fuerza de la sede del diario, en la Factoría de Chapela (Redondela), a una de las despedidas que ejercía el cargo de delegada sindical. Un despido de este tipo se considera una violación de los derechos sindicales al no utilizar la fórmula legal establecida para el despido de una representante laboral. La razón esgrimida por la empresa fue su decisión de externalizar varios servicios y propuso a las trabajadoras, con una media de unos treinta años de antigüedad, un finiquito de veinte días por año trabajado, la mitad del establecido por la ley. Entre ellas se encontraba una trabajadora que había dedicado cuarenta y ocho años de su vida a trabajar en el diario y que ahora la echaban a la calle sin aviso previo. El mismo día de la notificación de los despidos comenzó a trabajar en los puestos de los cesados el personal de una empresa de trabajo temporal, consecuencia del plan de externalización. Se da la circunstancia de que cinco de las trabajadoras despedidas tuvieron un conflicto laboral con el *Faro de Vigo* un año y medio antes, cuando decidieron denunciar a la empresa ante la Inspección de Trabajo por irregularidades.

El abogado Matías Movilla ha llevado numerosos procesos judiciales relacionados con despidos de trabajadores de varios medios de comunicación de Galicia (*Atlántico Diario*, *La Voz de Galicia*, *La Región de Ourense*, *Faro de Vigo*, *El Progreso de Lugo*, TVE, TVG, Tele5, *Diario 16*), y entre ellos los de siete profesionales del *Faro de Vigo*. Tras su intervención, la empresa tuvo que readmitir a la delegada sindical, un despido se declaró nulo judicialmente y en los otros cinco debió llegar a un acuerdo con los trabajadores diferente de las condiciones que intentaron imponer. En opinión del abogado, «*Faro de Vigo* utilizaba fraudulentamente la vía del despido objetivo, ya que este periódico, que es una de las "joyas de la Corona" del Grupo Prensa Ibérica, había tenido unos beneficios en los últimos años de 4,5 millones de euros en 2006, 4,9 millones de

euros en 2007, y 3,4 millones de euros en 2008, y había procedido a un reparto de dividendos a los accionistas por importe de 2.915.000 euros»[39]. Por tanto, según el letrado, «no concurrían las causas para despedir objetivamente, independientemente de la ilegalidad de la medida, ésta en gran medida, es inmoral». Los derechos que se habían vulnerado eran muchos según Movilla: «Todo se hizo ninguneando al comité de empresa, a quien no habían informado de que se producirían los siete despidos, máxime cuando una de ellas era delegada sindical. También entendimos que los despidos enmascaraban una represalia porque se hacía a trabajadores que habían planteado denuncias sobre su situación laboral ante la inspección de trabajo o demandas ante el Juzgado de lo Social». Esta crisis provocó duras críticas desde los sindicatos gallegos y las asociaciones de periodistas de la región. El propio abogado que llevó el caso ha reconocido que «hasta ahora era inusual el comportamiento del *Faro de Vigo* para con sus trabajadores».

Moll visita un par de veces al año las instalaciones del *Faro de Vigo*. Para ello se hizo construir un *penthouse* en los altos del edificio. Cuenta el periodista Blas Cañada que se trata de un espacio con excelentes vistas a la Ría, con aspiraciones de suite y con una especie de sala de juntas, al que se accede por medio de un ascensor privado dotado de clave para poder ser operado. Unos dígitos que en un principio fueron 1853, el año de la fundación del periódico; pero que tuvieron que ser cambiados cuando un espabilado trabajador los descubrió (no era tan dificultoso) y decidió subir y entrar a curiosear.

El Señor Moll (Don Javier) podría, claro, alojarse en la mejor suite del mejor hotel de Vigo. Es, sin embargo, entendible que prefiera aposentarse sobre la propiedad, por encima de los empleados que en la redacción y talleres se ocupan en sacar adelante el *Faro* de todos los días. Para recrearse *in situ* con la saneada marcha de la empresa[40].

Quian recuerda que era fácil saber cuándo se encontraba Moll en el *penthouse* por «los camareros que venían del restaurante El Canario y subían con manjares y grandes vinos a aquella suite encima de nuestras cabezas». Y bajo aquellos *aquelarres* a los que asistían directivos de Editorial Prensa Ibérica y *Faro de Vigo*, un buen puñado de periodistas a los que el presidente de Prensa Ibérica no dedicaba «ni una mísera mirada ni un “hola” ni un “gracias por hacerme más *alto*”» «periodistas que trabajaban sin contratos, sin cotizar a la Seguridad Social

y acongojados por unos jefes que sólo se expresaban en tono de amenaza»[41]. Blas Cañada relata la anécdota sucedida con ocasión del consejo de administración de 2006, para el cual Moll anunció su llegada al *penthouse* acompañado de su esposa, Arantxa Sarasola:

Como siempre, los diligentes directivos de *Faro de Vigo* se pusieron en movimiento para hacer la estancia de los propietarios del periódico lo más placentera posible. En esta oportunidad, dada la compañía de la esposa, que no faltara ningún detalle en la estancia, flores, jabones con la mejor fragancia y todos los etcéteras que se estilan en estos casos. Incluidas, por supuesto, toallas de la mejor calidad. Las más caras, que los anuncios por palabras y las esquelas dan para eso y mucho más.

Alguien tenía que ejercer de ama de llaves, y lo hizo. A su llegada, tras el acostumbrado cumplido recibimiento por parte de la cúpula del diario, la señora de Moll dio su aprobación a la disposición del *penthouse* —en perfecto estado de revista, habría que decir— y todos se fueron a dormir contentos. La reunión del consejo de administración del día siguiente prometía ser plácida y satisfactoria.

Pero estalló la crisis: Doña Arantxa Sarasola de Moll no se pudo secar debidamente tras la ducha. Las magníficas toallas de rizo americano, de por sí un tanto resbalosas, no secaban puesto que no habían sido sometidas al obligado tratamiento previo de paso por lavadora. Un fallo enorme aunque también comprensible, dado que una cosa es elaborar rentable información y otra avituallar con conocimiento un apartamento.

El caso es que la señora de Moll montó en justa cólera, el señor Moll se pilló un buen rebote y el consejo no resultó como se esperaba. Incluso a punto, muy a punto, estuvieron de rodar algunas cabezas, llegando los movimientos telúricos hasta la redacción.

Un consejo que permanece en el recuerdo de los trabajadores de *Faro*. Un faro que es, en sí mismo, historia de Vigo. Siendo ésta una pequeña historia del *Faro*[42].

Alberto Quian señala que «don Moll es ese hombre que intercambia cada cinco o seis años a los directores de sus diarios como fichas, sin importar mucho lo que hagan o vayan a dejar de hacer y el (des)conocimiento que tengan de las

realidades locales que van a tener que trabajar en tan corto periodo de tiempo (no olvidemos que el fuerte de los diarios de Prensa Ibérica es la información local)».

El 17 de noviembre de 2009 el blog de los trabajadores de *La Opinión de Granada* reproducía este símil de humor de una hipotética competición de traineras (embarcación deportiva de remo) que, en opinión de los trabajadores, describe perfectamente cómo funcionan las cosas en el Grupo Prensa Ibérica (EPI):

> En 2007, se celebró una carrera de traineras entre empleados de una empresa japonesa fabricante de rotativas y de otra del grupo de comunicación español EPI. Se dio la salida y los japoneses empezaron a destacar desde el primer momento, llegando a la meta con una hora de ventaja sobre el equipo mediático español. La dirección de EPI analizó las causas de tan amarga derrota y advirtió que el equipo japonés estaba compuesto por 10 remeros y un jefe de equipo, mientras que la tripulación española la componían 10 jefes de equipo y un remero, por lo que se decidió adoptar las medidas adecuadas.

En 2008, la tripulación japonesa llego dos horas y media antes que la de EPI. La Dirección se volvió a reunir y, tras un sonoro rapapolvo al director de gestión, concluyeron que los japoneses habían repetido estrategia (10 remeros y 1 jefe de equipo), mientras que la innovadora tripulación española, remozada tras las eficaces medidas tomadas el año anterior estaba compuesta por 1 jefe de equipo, 2 adjuntos al director de gestión, 7 jefes de negociado y 1 remero. La conclusión de la dirección fue unánime: el remero es un incompetente.

En 2009 tras encargar una innovadora trainera a la firma TIC del grupo «Recursos en la Red», la ventaja de los japoneses fue de cuatro horas. El equipo directivo reunido para analizar las causas del nuevo desastre comprobó que el equipo nipón había optado por la ya tradicional formación (1 jefe de equipo y 10 remeros), mientras que el español, tras una auditoría externa y el asesoramiento especial de un experto navegante australiano, amigo personal del Presidente, optó por una formación mucho más vanguardista: 1 jefe de equipo, 3 jefes de negociado con plus de productividad, 2 auditores de Arthur Andersen y cuatro

vigilantes jurados que no quitaban ojo al único remero de la tripulación, al que habían amonestado y castigado quitándole los pluses e incentivos tras el fracaso del año anterior.

Tras varias horas de reuniones, se acordó que, para la regata de 2010, el remero sea de una contrata externa, «toda vez que, a partir de la vigésima quinta milla, se ha venido observando cierta dejadez en el remero de plantilla, actitud que roza el pasotismo al llegar a la línea de meta»[43].

CAPÍTULO III
Vocento

Fruto de la fusión de dos grupos tradicionales y conservadores (Grupo Correo y Prensa Española), está ligado al gran capital financiero vasco y a empresas de construcción e inmobiliarias. Una parte de su accionariado cotiza en Bolsa.

Medios nacionales

Prensa

ABC y Qué!, diario gratuito propiedad de Vocento desde 2007.

Suplementos

Tiene una amplia participación en Taller de Editores, la empresa responsable de los suplementos semanales del grupo, que son los siguientes: *XLSemanal, Pantalla Semanal, Mujer Hoy y Hoy Corazón*.

Revistas

Mi cartera de inversión. También editada por Taller de Editores.

Televisión

A través de la Sociedad Gestora de Televisión NetTV, cuenta con licencia para emitir en Televisión Digital Terrestre de ámbito nacional (Net TV), en la que participan como socios estratégicos Disney Channel (emitiendo desde julio de 2008) e Intereconomía TV. El accionariado de Net TV está compuesto por Vocento (55 por 100), Grupo Intereconomía (25 por 100) y The Walt Disney Company Iberia (20 por 100).

El resultado es que Net TV ha pasado a convertirse en el Canal Intereconomía. Desde septiembre de 2010 cuenta con dos nuevos canales: La10 (generalista) y MTV (gracias al acuerdo con el conglomerado estadounidense Viacom).

Radio

Punto Radio. Explotada a través de la empresa Radio Publi, S.L. Nacida en septiembre de 2004, es la emisora por antonomasia de Vocento. En 2009 compró la cadena de radio Onda Rambla, propiedad de Luis del Olmo[44]. Vocento tendría el 83,22 por 100 de las acciones de Radio Publi y Luis del Olmo, de forma personal el 9,32 por 100. Luis del Olmo y Punto Radio se han visto envueltos en diversas polémicas respecto a su legalidad debido a la extendida práctica de esta cadena de llegar a acuerdos con ayuntamientos para gestionar su emisora municipal que se convierte en un repetidor de su programación. Diversos especialistas han señalado que la legislación de emisoras municipales impide que éstas puedan conectarse en cadena a emisoras comerciales.

Internet

Además de los portales de sus dos medios escritos nacionales (www.abc.es y www.que.es) posee una serie de portales temáticos: www.finanzas.com, www.hoymujer.com, www.hoymotor.com, www.hoytecnologia.com, www.hoycinema.com y www.laguiaTV.com.
Portales de anuncios clasificados en internet: www.tusanuncios.com, www.autocasion.com, www.unoauto.com, www.infoempleo.com y www.pisos.com. También tiene una web dedicada a la subida y descarga de vídeos generados por los usuarios en español: www.dalealplay.com.

Contenidos

Posee participación en cinco empresas de producción y distribuidoras de contenidos integradas en la sociedad holding Veralia: Grupo Europroducciones, BocaBoca Producciones, Videomedia, Tripictures y Hill Valley.

Otras áreas

Cuenta con intereses en los sectores de la impresión, la distribución, la prensa gratuita, los servicios de valor añadido y patrocinios y eventos. De este modo se

asegura el control de todo el proceso de elaboración, impresión y distribución.

Medios regionales

Prensa

El Correo, El Diario Vasco, El Diario Montañés, La Verdad, Ideal, Hoy, Sur, La Rioja, El Norte de Castilla, El Comercio, La Voz de Cádiz, Las Provincias.
Colpisa. Agencia de información que se dedica, principalmente, a surtir de artículos de opinión a los periódicos del grupo. Así da centralidad y cohesión ideológica a toda la prensa de Vocento.

Televisión

Hasta septiembre de 2010 opera con licencias autonómicas y locales en autonomías como Madrid, Cataluña, Andalucía, País Vasco o la Comunidad Valenciana, pero en esa fecha se unificaron en la denominada La10, que funciona como cadena de ámbito nacional y generalista.

Empresas participadas en internet

Sarenet. Encargada de la provisión de servicios integrales de internet.
La Trastienda Digital. Gestión de las tiendas de comercio electrónico integradas en los portales de Vocento.
Conmunica Media Trader. Genera contenidos digitalizados para portales de internet, instituciones y empresas.
Cotlan 900. Servicios de soluciones telemáticas y *call center*.

Inversión en el exterior

En agosto de 2007 Vocento vendió su participación en el holding argentino Compañía Inversora de Medios de Comunicación (Cimeco), estimada en un 33,33 por 100, al Grupo Clarín. Cimeco es propiedad en su mayoría de los diarios argentinos *Clarín* y *La Nación*. Además posee el 100 por 100 de la segunda revista dominical de mayor tirada de Argentina.

Lobby cultural

Como la mayoría de los grupos de comunicación, Vocento ha desarrollado vías de intervención social y *lobby* cultural. Se trata de la Fundación Vocento, presidida por Enrique Ybarra y dirigida por el jesuita Fernando García de Cortázar, miembro del Patronato de Honor de la Fundación para la Defensa de la Nación Española. A través de la Fundación Vocento se convocan aulas de cultura y actos de debate. Posee una revista de pensamiento, *El Noticiero de las Ideas*. También organiza los másteres de Periodismo de *El Correo-UPV* y *ABC* (6.000 euros de matrícula), además del premio ABC Solidario.

Cada año entrega el Premio Vocento a los Valores Humanos. Los dos escritores premiados en los diez últimos años han sido Miguel Delibes y Arturo Pérez Reverte. El primero, ya fallecido, era columnista histórico de *ABC* y el segundo, de la revista *XL Semanal*, ambas publicaciones del Grupo Vocento. Entre los políticos, Adolfo Suárez y Nicole Fontaine, cuando fue presidenta del Grupo Parlamentario Popular Europeo.

El diario *ABC* también concede los premios Mariano de Cavia y Luca de Tena de Periodismo, el último recayó en Eduardo Sánchez Junco, recientemente fallecido, propietario de la revista *Hola*, al parecer un referente del periodismo en opinión del jurado.

Historia

Vocento nace en septiembre de 2001 de la fusión entre el Grupo Correo y Prensa Española. Con estas palabras expresaba el proyecto uno de los hombres del grupo, José Antonio Zarzalejos: «De esta manera, *ABC* y los periódicos regionales del Grupo Correo podían conformar una sólida plataforma mediática que resultase competitiva para el moderantismo español, culto y monárquico, que librase en cierta igualdad de condiciones la batalla de las ideas con la izquierda»[45]. Tampoco oculta la vocación de alinearse con la derecha política: «[El proyecto de fusión] exigía también sintonizar con un PP que en 1999 parecía proclive a soslayar la carencia de una referencia mediática constructiva, crítica y afín»[46]. Así tuvimos a José María Aznar concediendo su primera entrevista a *ABC* tras su victoria con mayoría absoluta en las elecciones de

marzo de 2000. Pero veamos antes algo de la historia de ambos grupos.

Grupo Correo

Para conocer el origen del Grupo Correo debemos centrarnos en la historia de su principal cabecera, *El Correo Español-El Pueblo Vasco*, fusión a su vez de dos diarios con esos nombres respectivos.

Podríamos situar los inicios del Grupo Correo en 1875 con el nacimiento de *El Noticiero Bilbaíno* y la posterior aparición en 1910 de *El Pueblo Vasco*. En su escritura de constitución ya aparece la influyente familia Ybarra, en concreto los tres hermanos: Gabriel, Emilio y Fernando. Con su creación pretenden apoyar al recién creado Partido Conservador en Vizcaya. La línea editorial del periódico se definía cristiana, liberal, monárquica alfonsina y partidaria de la autonomía.

El 17 de julio de 1936, *El Pueblo Vasco* fue intervenido por la República. Al año siguiente, ya bajo el control franquista en la zona, nace en Bilbao un nuevo diario: *El Correo Español*, que llevaría en su cabecera la expresión «órgano de la Falange Española Tradicionalista y de las JONS». El 13 de abril de 1938 ambos periódicos son obligados a fusionarse por el Gobierno franquista, publicándose desde entonces como *El Correo Español-El Pueblo Vasco*, bajo el control de la Falange. La sociedad resultante es la sociedad anónima «El Pueblo Vasco». Durante esa época se denominó *Diario de Falange Española Tradicionalista y de las JONS*.

En 1976 se convierte en el periódico más vendido del norte de España. En esa época, ETA secuestra y mata al entonces presidente del periódico, Javier Ybarra y Bergé, hijo del fundador Gabriel Ybarra, al no ser capaz la familia de reunir la cantidad reclamada por ETA, en lo que su hijo Javier Ybarra e Ybarra calificaría de «traición familiar»[47]. Tanto el Grupo Correo primero, como Vocento después, han sido objetivos del grupo armado en numerosas ocasiones.

En 1984 la empresa empieza su expansión fuera del País Vasco con la compra del cántabro *El Diario Montañés*, expansión que continuaría con los años hasta la formación del actual Grupo Vocento.

La compra de una participación en Telecinco en 1996 fue el primer paso del Grupo Correo en el ámbito televisivo. En la actualidad, Vocento ha liquidado todas sus acciones en esta televisión.

Prensa Española

Comenzó a operar en 1903, con el nacimiento de *Blanco y Negro*, una revista ilustrada y de periodicidad semanal, que un par de años después se convertiría en *ABC*. Este periódico nace y se desarrolla con la familia Luca de Tena, responsable también de la empresa editora, Prensa Española, S.A. Esta familia poseía hasta 1977 el 94,5 por 100 de las acciones[48]. En opinión de Jean Michel Desvois, del Instituto de Estudios Ibéricos e Iberoamericanos de la Universidad Michel de Montaigne, de Burdeos, en la primera mitad del siglo «*ABC* era el diario de la oligarquía, es decir, de la aristocracia, de la gran burguesía, de la Iglesia y, seguramente, de buena parte de la pequeña burguesía reaccionaria de provincias que se sentía solidaria con la clase dominante»[49].

En los aniversarios del periódico no suelen recordar su participación en un hecho histórico español: la financiación del avión con el que Franco se trasladó de las Islas Canarias a Marruecos para liderar el golpe de Estado que provocaría la Guerra Civil. Desde Biarritz el banquero Juan March pagó el alquiler de un avión de transporte ligero *Dragon Rapide* a través de Juan Ignacio Luca de Tena, propietario del diario *ABC*, quien se lo encargó a Luis Bolín, corresponsal del periódico en Londres, con el objetivo de trasladar al general Francisco Franco para incorporarse al golpe militar. Esta historia ligará para siempre a la Banca March y al diario *ABC* con la sublevación militar que desencadenó la Guerra Civil Española.

Durante el transcurso de la guerra se produjo la peculiaridad de que cada edición del diario quedara en un bando, *ABC* de Madrid en el bando republicano y *ABC* de Sevilla en el bando sublevado, y mantuviesen líneas editoriales enfrentadas. Una curiosidad es que en la edición madrileña rezaba el siguiente lema: «Diario Republicano de Izquierdas». Por supuesto, esa expresión se había eliminado en la edición sevillana y desaparecería totalmente cuando Franco tomó el gobierno de Madrid. Con motivo de su 75 aniversario (1980) el director, Guillermo Luca de Tena, escribió: «al actual director de *ABC* le alegra y le enorgullece sobre todo comprobar que en 1980, a los setenta y cinco años de su nacimiento, el periódico que su abuelo fundara con unos propósitos definidos, con unas fórmulas determinadas sigue siendo fiel a la intención y al estilo que lo impulsaron y lo mantuvieron»[50]. No podemos saber si se refiere al estilo de la zona republicana de su edición de Madrid o al de la zona nacional de su edición

de Sevilla, aunque, sin duda, la línea tradicional de *ABC* lo ubicaba más cerca del bando nacional. Durante la dictadura, la opción de Franco por la sucesión de Juan Carlos de Borbón en vez de la de su padre Juan de Borbón (exiliado en Estoril) tensó las relaciones del régimen con el periódico, si bien mostró su lealtad a la dictadura de forma constante.

Tras la muerte de Franco, *ABC* ha sido el diario que se ha mantenido más cercano a los sectores franquistas, a quienes ha mostrado fidelidad en todo momento. Su adaptación empresarial a la democracia fue dura. No fue hasta 1985 cuando Prensa Española, S.A. enderezó el rumbo obteniendo beneficios —unos 100 millones de pesetas— por primera vez desde 1975, al tiempo que cambiaba la composición de su accionariado dando entrada en el consejo a personas ajenas a la familia fundadora[51]. El camaleonismo de la línea editorial del periódico con la llegada de la democracia fue explicitado por el propio Guillermo Luca de Tena, accionista y editor, en su carta a los lectores con motivo del 75 aniversario de *ABC*: «si en anteriores etapas de su vida *ABC* sirvió de reducto al sentimiento nacional, si en otras fechas su declarado monarquismo sirvió para mantener en alto muchas ilusiones, hoy consagramos todo nuestro esfuerzo a una ardiente y sincera voluntad de concordia»[52]. El que fuera director del periódico desde 1999 a 2004 y desde diciembre de 2006 a febrero de 2008, José Antonio Zarzalejos, piropeó a su antecesor en el cargo durante el periodo 1983–1997, Luis María Anson, destacando que «tuvo la habilidad de aglutinar en torno a *ABC* las audiencias huérfanas de diarios derechistas, confesionales y hasta franquistas que cayeron en la década de los ochenta»[53].

Según Pastora Moreno Espinosa, profesora titular de Redacción Periodística de la Universidad de Sevilla, la línea ideológica del diario *ABC* «se complementa con la defensa de la unidad de España y postulados abiertamente anticomunistas, en lo político, y partidario, desde su fundación, de la libertad de mercado desde el punto de vista económico. En lo social ha defendido los valores religiosos, en concreto los de la Iglesia católica, y se ha mostrado contrario a cualquier cambio legislativo que quisiera modificar los preceptos católicos, como la Ley del Aborto y sus posteriores modificaciones, aunque se define como laico y no confesional»[54].

Numerosos directivos del periódico, a su vez, han sido dirigentes políticos de la derecha. Es el caso de Nemesio Fernández-Cuesta, quien ostentó la cartera de

Comercio en el penúltimo Gobierno de Franco y al año siguiente fue consejero-delegado de Prensa Española, S.A. Su hijo, Nemesio Fernández-Cuesta y Luca de Tena, repitió la historia bajo la democracia: ocupó la Secretaría de Estado de Energía con el Gobierno Aznar y después fue presidente de Prensa Española. Este último Fernández-Cuesta fue quien nombró a José Antonio Zarzalejos, hermano del secretario general de la Presidencia del Gobierno de Aznar, director de *ABC*. Antes consultó a un ministro porque, según reveló Zarzalejos, «no le gustaría elegir a alguien que pudiera resultar incómodo» al Gobierno del PP. José Antonio Zarzalejos reconocería que era a la derecha representada por Aznar a la que «ABC habría de ofrecer la cobertura precisa» y utilizó la expresión «entrega editorial que el periódico prestó a sus dos Gobiernos (del PP) entre 1996 y 2004»[55]. Enrique Bustamante ha señalado que Prensa Española, junto con el Grupo Godó, representa, no sólo el control de un clan familiar, «sino la integración de estos individuos o familias en la oligarquía financiera de la que numerosos de sus accionistas y consejeros forman parte. […] Y ésta, no su origen familiar, es la nota decisiva que imprime su sello sobre la información, al otorgarle su coherencia con los intereses del conjunto del sistema y de su clase dominante»[56].

El 1 de febrero de 1982 Prensa Española se unió, con un 11,47 por 100 de accionariado, a otras empresas de comunicación (*La Vanguardia* [51,97 por 100], Manuel Martín Ferrand [5 por 100], la agencia Europa Press y el Grupo Zeta) para crear Antena 3 Radio. En realidad su objetivo era poner en marcha una cadena privada de televisión, solicitud que fue denegada en 1982, pero aceptada en 1989, cuando se creó Antena 3 TV, integrando a la emisora de radio en su corporación y pasando su presidente a ser también el presidente de la nueva empresa, denominada Antena 3 de Televisión, S.A. En septiembre de 1992 Prensa Española vendería sus acciones al Grupo Godó.

En 1991 el Grupo Prensa Española decidió lanzar una publicación periódica de perfil sensacionalista, similar a diarios como *Bild* en Alemania o *The Sun* en Inglaterra. Para ello se asoció con el grupo alemán Axel Springer, editor de *Bild* entre otras publicaciones, para formar una empresa conjunta y editar un nuevo periódico que tendría como nombre *Claro*. Las ventas fueron inferiores a las previsiones y apenas duró cuatro meses.

La virulencia editorial del diario emblemático del grupo, *ABC*, se muestra en

estas declaraciones de Luis María Anson, que fue director del periódico durante el gobierno de Felipe González, a la revista *Tiempo*: «Había que terminar con Felipe González, ésa era la cuestión. Al subir el listón de la crítica se llegó a tal extremo que en muchos momentos se rozó la estabilidad del propio Estado. Eso es verdad. Tenía razón González cuando denunció ese peligro…, pero era la única forma de sacarlo de ahí».

La salida en 1998 de su carismático director, Luis María Anson, tras quince años al frente del diario, supuso un terremoto en la redacción de *ABC*; donde muchos de sus profesionales lo abandonaron para sumarse al proyecto de Anson de fundar el diario *La Razón* (véase Grupo Planeta). Aquello fue calificado de «traición» en el *ABC*; Anson les dijo que no sería competencia para su antiguo periódico al tratarse de un vespertino y terminó haciendo un «clónico de *ABC*», en palabras de José Antonio Zarzalejos[57].

Fusión

En 2001 el Grupo Correo y Prensa Española se fusionan y pasan a denominarse Vocento. Se trataba de una conjunción desequilibrada puesto que el primero suponía un 78,95 por 100 de la nueva empresa y el segundo, sólo el 21,05 por 100. Entre las primeras decisiones se encuentra la de vender a Berlusconi un 12 por 100 de las acciones que tenía en Telecinco (recordemos que Correo tenía el 25 por 100 compradas en 1996). Tal como estableció en 2005 la Ley de Televisión Digital Terrestre, un grupo no podía superar una participación significativa (más del 5 por 100) en dos televisiones diferentes de ámbito estatal, por lo que Vocento debía vender antes de 2010 o bien Net TV (una cadena de televisiones locales lanzada por Vocento en 2002 que poseía ahora licencia para emitir en digital) o bien el 13 por 100 que le quedaba de Telecinco. Optó por esto último y a lo largo de 2008 y 2009 vendería toda su participación en la cadena de Berlusconi[58]. Anteriormente, en junio de 2005, Vocento también vendió el 24 por 100 de acciones que poseía en Globomedia al conocerse la fusión de ésta con Mediapro.

En enero de 2005 Vocento llegó a un acuerdo con la Cadena COPE para vender el 4 por 100 que poseía en esta cadena. El 2,2 por 100 fue colocado a la Conferencia Episcopal y a la propia autocartera de la COPE, y el 1,8 por 100

restante se vendió en enero de 2007 al Grupo Negocios, editor de *La Gaceta de los Negocios*. Aunque oficialmente la salida respondía a la necesidad de resolver una incompatibilidad: la presencia simultánea de Vocento en el capital de la COPE y de su competidora Punto Radio, jugó un papel importante el durísimo enfrentamiento que acabó en los juzgados entre el presentador estrella de la COPE, Federico Jiménez Losantos, y el director de *ABC*, José Antonio Zarzalejos. Trataremos este asunto más adelante.

Conflictos

Al final aquel proyecto de crear un grupo mediático sólido al servicio de la derecha política y económica española resultó fracasado por las peleas internas del grupo. Al servicio de la derecha sí ha estado siempre, pero «sólido» no. El principal dolor de cabeza de los dirigentes de Vocento son sus conflictos internos y enfrentamientos constantes. Algo reconocido incluso por los analistas de medios de la derecha española. La experta encargada de Medios de Comunicación del Grupo de Estudios Estratégicos (GEES) Ana Ortiz señala «la falta de consenso constante entre la cúpula directiva del Grupo, que trasciende casi cada día fuera de las puertas de su casa. Desavenencias que están siendo muy bien aprovechadas por sus adversarios, tanto de izquierdas, como de derechas»[59]. Según Ortiz estamos ante «un matrimonio con mucho potencial pero mal avenido, circunstancia que puede llegar a mermar las posibilidades de un grupo de comunicación tan relevante como es Vocento»[60]. Pero ha sido el ex director de *ABC* y ex presidente del Comité Editorial del Grupo Correo, José Antonio Zarzalejos, quien más ha detallado la guerra interna de la empresa, en especial la situación vivida por él, en su libro *La destitución. Historia de un periodismo imposible* (Península, 2010).

A finales de julio y primeros de agosto de 2007 era *vox populi* la división interna de las familias que componían el accionariado de Vocento. El consejero de administración de la empresa del 20 de julio fue especialmente tenso. En él se abordó la dimisión voluntaria del presidente no ejecutivo, Santiago de Ybarra (hermano de Emilio, ex presidente del BBVA), y la elección del consejero Diego del Alcázar para sustituirle a partir del 24 de septiembre. Si bien la salida de Ybarra estaba decidida —por cierto, con una pensión vitalicia de 300.000 euros

anuales—, no se esperaba hacerla efectiva todavía, aunque las familias venían trabajando para proponer su propio candidato con la mirada puesta en 2008. El rumor más extendido era que los Ybarra querían apoyar a Catalina Luca de Tena (presidenta de *ABC*) o a Emilio Ybarra (hijo). El adelanto de la dimisión de Ybarra fue un golpe de mano que incluyó la posición conjunta de los Ybarra y los Luca de Tena para imponer a su candidato Diego de Alcázar, un aristócrata director del Instituto de Empresa. Perdieron la votación los otros accionistas, liderados por José María Bergareche (vicepresidente primero del grupo) que aspiraba al cargo (propietario del 8 por 100 del capital). El resultado fue de ocho consejeros que votaron a favor y seis, en contra. Con la nueva situación se evita la línea de cambio profundo que proponían los Bergareche, que contemplaban el cambio del director de *ABC*, José Antonio Zarzalejos, quien seguiría en su puesto. El diario *El Mundo* titularía aquellos acontecimientos como «Neguri contra Neguri»[61]. Tres años después Zarzalejos caracterizaría al Grupo Vocento con «una debilidad interna y ausencia de modelo editorial, distraídos gestores y propietarios en una lucha por el poder»[62].

Es habitual en este grupo empresarial la existencia de virulentos y airados conflictos entre los periodistas de los propios medios donde es accionista, que terminan desembocando en la venta de la participación accionarial de Vocento. En abril de 2006 Vocento anunciaba la presentación de una demanda ante el Tribunal de Defensa de la Competencia contra el locutor Federico Jiménez Losantos. El periodista no cesaba en sus ataques e insultos desde los micrófonos de la COPE, paradójicamente una emisora de radio de la que Vocento era accionista. Losantos fundaba su indignación, entre otras cuestiones, en que el *ABC* no se había unido a su campaña de responsabilizar a ETA de los atentados del 11-M en Atocha. Por ello afirmó que «nunca un medio de la derecha española se ha portado tan abyecta y miserablemente contra otro como el diario de los Luca de Tena, vendido a Vocento y alquilado ideológicamente al PRISOE, contra la Cope»[63].

El Juzgado de lo Mercantil número 5 de Madrid dictó medidas cautelares dos meses después contra Federico Jiménez Losantos y la Cadena COPE ordenando el cese de sus insultos y acusaciones contra *ABC* y Vocento. El juez se refirió en su auto a un listado de expresiones utilizadas por Jiménez Losantos para referirse al periódico de Vocento:

> Incompetente, lamentable, irresponsable, traidor, infecto, repugnante, falso, calumniador, basura, abyecto, ridículo, siniestro, falsarios, fariseo, vil, zote, avieso, criminal, es una banda, comete fechorías desvergonzadas, manipula, tiene columnistas paniaguados, es una estafa informativa, es una puñalada por la espalda a la opinión pública española, vocación manipuladora, cerró el *Ya*, está financiando la tregua de ETA, patrocina a la extrema derecha española para derribar al PP, da pelotazos para desviar las plusvalías a paraísos fiscales, te ocupas de triturarlas (a las víctimas del terrorismo).

El periodista de la COPE incluso animaba a sus oyentes a darse de baja del periódico si eran suscriptores: «Si ustedes quieren dejar de suscribirse al *ABC* hoy es el día; tiene un número el *ABC* para darse de baja, es el 901.334.554; vamos a ver si te cerramos a ti»[64]. De ahí que el magistrado considerara en sus medidas cautelares que estas afirmaciones «están orientadas a influir en la estructura de mercado o posición competitiva del diario *ABC* cuando en sus intervenciones de forma explícita llama a los lectores del diario a dar de baja sus suscripciones como consecuencia de las informaciones y línea editorial del periódico».

Casi un año después, en junio de 2007, la Audiencia Provincial de Madrid admitió parcialmente el recurso de la COPE y Jiménez Losantos contra el listado de expresiones prohibidas, por considerarlo una «censura previa de la libertad de prensa». Sin embargo sí aceptó que la radio de la Conferencia Episcopal violaba la Ley de Competencia Desleal debido a «los llamamientos realizados en el programa del señor Jiménez Losantos a que los oyentes se den de baja como suscriptores del diario *Abc* a fin de conseguir el cierre de este diario, facilitando al efecto el número de teléfono donde pueden darse de baja». Por su parte, el entonces director de *ABC*, José Antonio Zarzalejos, presentó en noviembre de 2007 una demanda contra Federico Jiménez Losantos por «intromisión ilegítima» en su honor. La demanda, cuyo relato ocupaba 50 folios, se acompañaba de transcripciones literales, actas notariales y certificaciones registrales, y recogía los «insultos, ultrajes y difamaciones» de Jiménez Losantos contra Zarzalejos desde enero de 2006 hasta noviembre de 2007. Según Zarzalejos, en ese periodo el locutor de la COPE se refirió al director de *ABC* en

no menos de 100 ocasiones y había empleado «no menos de 50 adjetivos a cada cual más insultante». Entre las expresiones con las que Jiménez Losantos se ha dirigido a Zarzalejos la demanda recogía las de «sicario», «necio», «inútil», «torgo», «detritus», «escobilla para los restos», «melón», «zote», «embustero», «traidor», «falsario», «miserable», «pobre enfermo» y «despojo intelectual». La justicia condenó a Jiménez Losantos a indemnizar con 100.000 euros al ex director de *ABC*, José Antonio Zarzalejos, por los daños morales que pudieron causarle los insultos y afirmaciones injuriosas que el periodista vertió contra él desde su programa radiofónico. Dicha sentencia fue revocada en segunda instancia por la Audiencia Provincial de Madrid y se encuentra pendiente del recurso presentado por el ex director de *ABC* ante el Tribunal Supremo. Por su parte, Vocento demostró poco músculo al retirar en febrero de 2008 la demanda mercantil que había interpuesto contra la COPE y Jiménez Losantos en mayo de 2006 por la que le reclamaba 27 millones de euros por daños causados por competencia desleal.

Otro conflicto entre medios del propio Grupo Vocento fue el que hubo entre Telecinco y *ABC*. José Antonio Zarzalejos señala que «la cadena de Mediaset representaba con su programación —tanto en los informativos como, sobre todo, en otros espacios— exactamente lo contrario de lo que significaba en el ámbito mediático *ABC*». Para sorpresa de los profesionales del diario, en plena fase de ataques de la COPE y Jiménez Losantos al periódico, Telecinco invitó a uno de sus programas estrella[65] al locutor de radio, quien no desaprovechó la ocasión para embestir de nuevo contra *ABC*. De modo que ahí tenemos a un periodista de una emisora parcialmente propiedad de Vocento castigando duramente a un periódico de Vocento en un canal de televisión también propiedad en parte de Vocento. No olvidemos que el presidente de Telecinco era Alejandro Echevarría, al mismo tiempo consejero adjunto al presidente de Vocento, Santiago Ybarra. O como diría José Antonio Zarzalejos, «la televisión en la que la empresa tenía una participación del 13 por 100, presidida por un consejero de Vocento, agredía a su periódico de cabecera»[66].

En 2008 de nuevo Vocento tiene otro aireado conflicto con Telecinco. El enfrentamiento empezó por unas críticas de *ABC* al programa de telebasura de Telecinco *Aquí hay tomate*. El diario comentaba su pérdida de audiencia y con motivo del final de la emisión del programa televisivo titulaba «*Aquí hay tomate*

deja de dar la lata»[67], unas críticas que no sentaron muy bien a los de Telecinco. De modo que en la última emisión del programa se tomaron la revancha e hicieron un exhaustivo repaso a la espectacular caída de lectores que había sufrido el «histórico rotativo desde que el periodista José Antonio Zarzalejos asumiera la dirección a finales de 2005». Si *ABC* dijo que *el Tomate* se «desangra poco a poco», el espacio televisivo advierte en su crónica que *ABC* «sufre una auténtica sangría», los de Telecinco tachan el estilo del periódico de «rancio, gris, retrógrado y rencoroso a la vez que insulso», por lo que «*ABC* no vende ya ni un palo de escoba». Por último advierten de «un referente en la prensa española que podría verse convertido en un periódico gratuito para minorías». Pero la revancha de los de *Aquí hay Tomate* fue más allá. Recordaron que la «hemorragia» de *ABC* «continúa en sus ventas» y compararon los 2.500.000 espectadores del programa televisivo con los «230.000 ejemplares de *ABC*». «El análisis de las últimas cifras no deja lugar a dudas», dijo *el Tomate*, «sólo desde el pasado verano el rotativo ha visto cómo 54.000 lectores han retirado su confianza al diario»[68]. Todo contra un rotativo que pertenece a Vocento, un grupo de comunicación que por entonces tenía, recordemos, un 13 por 100 de Telecinco.

Algo parecido le había sucedido a este grupo de comunicación en 2006 con otro periodista de Telecinco, Javier Sardá, quien mostrando en su programa *Crónicas Marcianas* un reportaje del suplemento dominical de *El Correo* calificando a su programa como «telebasura», respondió «¿Telebasura? Telebasura tu puta madre». Así se despachó el periodista de Telecinco: «Si estos programas son considerados como una basura inmunda que envilece a quienes los hacen y a quienes los ven, creo que esta empresa (el antiguo Grupo Correo, accionista de Telecinco) debería devolver todo el dinero que ha recaudado con estos programas, o propongo que lo donen a una ONG, por ejemplo, me parecería muy honesto que hicieran esto».

Otro frente de Vocento es la guerra empresarial entre *La Razón* y *ABC* a pesar de su sintonía ideológica. Ambos periódicos no cesan de «robarse» profesionales. Si primero, al crearse el diario del Grupo Planeta en 1998, se llevó a varios periodistas de alto rango de *ABC*, diez años después, con la llegada de Ángel Expósito como nuevo director de *ABC*, éste ficha a la cúpula de *La Razón*. José Antonio Vera, hasta entonces director del diario de José Manuel Lara, ocupa

ahora el puesto de director editorial de Medios Nacionales; Tomás Cuesta, uno de los fundadores de *La Razón*, columnista y consultor de la dirección, vuelve como columnista y asesor en proyectos especiales. José Antonio Navas, subdirector de Economía, es ahora, junto con Pablo Planas, subdirector de *ABC*, cargo que ya ejerció en *La Razón*. Con estos movimientos se fichaba a los hombres clave del diario de Planeta —director, subdirectores y hasta miembro fundador— además de recuperar a los que en su día se había «llevado» *La Razón* de las filas de *ABC*. Véase la reacción en el tono de este artículo publicado en *La Razón* a finales de mayo de 2008, dos meses después de los anteriores fichajes:

> «*ABC* ya sólo lucha para no caer al cuarto puesto. […] Hace unos años, *ABC* sólo tenía *El País* por delante y se sentía cómodo en el segundo lugar. Fue superado por *El Mundo* y tiró la toalla, ya que renunció a batallar por recuperar la plaza perdida. Con la llegada de *La Razón* hace diez años parece que lo único que le preocupa es no caer al cuarto lugar. Los responsables del viejo diario han intensificado sus promociones, han sido trece entre enero y abril, cuatro más que el año anterior. Es el diario nacional cuya difusión ha caído más en los últimos años. Al igual que las viejas divas que se quedan sin voz, esconde con afeites esa lenta y parece que inexorable decadencia. Lejos quedan los años de gloria en los que soñaba ser el primero. Tras haber perdido durante los últimos meses la tercera posición en 37 provincias, estos días ha mostrado que teme que *La Razón* le gane en el resto»[69].

Los Ybarra

En el año 1801, el fundador de la dinastía Ybarra se instaló en Bilbao y comenzó una actividad comercial que lo convirtió en uno de los miembros más adinerados de la burguesía vasca. «El apellido Ybarra ha sido en Vizcaya durante mucho tiempo sinónimo de minas y fábricas. Es la familia más representativa de la oligarquía de Neguri», afirma Díaz Morlán, doctor en Ciencias Económicas por la Universidad del País Vasco, quien ha buceado durante cuatro años en los archivos de la familia, y autor del libro *Los Ybarra. Una dinastía (1801-2001)* [70].

La familia Ybarra cementa al Grupo Vocento con el poderoso banco BBVA. Los dos principales patriarcas de la familia que hoy manejan Vocento a través de sus acciones en el antiguo Grupo Correo son Emilio y Santiago Ybarra. Emilio Ybarra Churruca (1936) fue presidente del BBVA y estuvo procesado por apropiación indebida de los fondos ocultos en Jersey desde 1990. Inicialmente la Audiencia Nacional le condenaría, pero después el Tribunal Supremo le absolvió. Su hermano Santiago fue presidente del consejo de Vocento, desde el año 2001 hasta 2008. También encontramos a Enrique Ybarra e Ybarra, vicepresidente del consejo desde el año 2001 y presidente de su comisión editorial desde 2007. Además es consejero de diversos diarios del citado grupo de comunicación y encargado de las páginas de cultura de *El Correo Español-El Pueblo Vasco*. Asimismo es presidente de la Fundación Vocento. Posee un 6,4 por 100 de participación en la empresa. Continúa la saga con Álvaro Ybarra y Zubiria, también consejero del grupo y dueño de un 0,458 por 100 de las acciones. En el consejo directivo del grupo aparece Ignacio Ybarra, dueño del 11,077 de las acciones a través de su empresa Mezouna, S.L. También es consejero del BBVA y, desde 2008, responsable de la Unidad de Servicios Transaccionales Globales del BBVA. En la siguiente generación tenemos a Emilio Ybarra Aznar (hijo de Emilio Ybarra Churruca); fue nombrado en enero de 2007 presidente de CMVocento, la empresa encargada de gestionar la publicidad de todo el grupo mediático. Antes fue director general del diario *La Rioja* y de *El Correo*; y posteriormente director general de Desarrollo de *ABC*.

Accionistas

En su web, si se busca el accionariado se limitan a poner un enlace a la portada de la página de la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV). Desde el 8 de noviembre de 2006, las acciones correspondientes al 20 por 100 del capital de Vocento cotizan en las Bolsas de Valores de Madrid, Barcelona, Bilbao y Valencia. La familia Ybarra, a través de sus distintas ramas, tendrá, una vez la empresa cotice en Bolsa, un 35 por 100 de la compañía. Aunque una quinta parte de la empresa cotice en Bolsa, los principales accionistas se han comprometido a no vender para evitar que otro grupo pueda desbancarlos del control. Según el informe de la empresa de estudio bursátil Ibersecuritis, del

Grupo Sabadell, los principales accionistas de Vocento en diciembre de 2009 eran los siguientes (como se puede apreciar muchos de ellos a través de empresas pantalla y tienen intereses en muchas empresas financieras y de otros sectores):

- Santiago Ybarra Churruca (11,1 por 100). Presidente de honor de Vocento. A través de la empresa Mezouna (50 por 100 de acciones de Mezouna es de Santiago Ybarra). También participa su hermano Emilio, quien fue copresidente del BBVA, pero debió abandonar el consejo de administración de Vocento porque el cargo es incompatible con su condición entonces de condenado por apropiación indebida. Fue sustituido por su hijo Ignacio Ybarra Aznar.
- Guillermo Luca de Tena Brunet (10,3 por 100).
- Enrique Ybarra (6,4 por 100). Presidente de Ingunza, S.A. y consejero de Brunara Sicav, S.A. Ambas sociedades de inversión.
- María del Carmen Careaga Salazar (5,5 por 100). A través de la empresa consultora de inversiones Onchena, de la que es presidenta. También es presidenta de la sociedad de Fondos de Inversión Carfy Sicav, S.A. Administradora de Casas Blancas Agro, S.A. (crianza de pollos) y Salcha, S.A. (piensos).
- Juan Ramón Urrutia Ybarra (8,2 por 100). A través de la empresa Lima, S.L.U. Gerente del Departamento de Consultoría Estratégica y Financiera de PricewaterhouseCoopers.
- Santiago Bergareche Busquet (8 por 100). Vicepresidente de Vocento y consejero de varios periódicos del grupo. A través de la empresa Bycomels Prensa, S.L. Bergareche también es presidente no ejecutivo de CEPSA y consejero de High Tech Hoteles, S.A. y del Banco Guipuzcoano, S.A.
- Jaime Castellanos (4,4 por 100). También es presidente en España del banco de negocios Lazard y ex presidente del Grupo Recoletos. Presidente de SC Willis España y de Lazard Asesores Financieros, S.A. y miembro del consejo de administración de Casbega, S.A. (empresa de bebidas gaseosas concesionaria de Coca-Cola).
- Helene Lemoine (2,8 por 100). A través del grupo editorial francés Atlanpresse. Puso a la venta su participación en noviembre de 2009.

También hay otros accionistas que comparten presencia en otros sectores del mundo empresarial:

- Víctor Urrutia (casado con Marta Ybarra). Además de consejero de Vocento, es vicepresidente de Iberdrola, S.A. y consejero de Barclays Bank, S.A. También es presidente de la citada Casbega.
- Claudio Aguirre. Vicepresidente de la sociedad de inversiones Mercapital, en 2003 fue elegido presidente de Banca de Inversión para Europa, Oriente Medio y África.
- También mantienen una participación accionarial en Vocento desde el año 2008 los grupos de comunicación regionales La Información (Navarra) y Heraldo (Aragón).

Existen otros altos cargos del grupo que, no siendo accionistas, poseen responsabilidades de dirección en otras empresas. Por ejemplo, Alejandro Echevarría, consejero de Vocento hasta 2008 y hoy de varios periódicos del grupo es también consejero de Endesa. Diego de Alcázar, que preside el consejo de administración de Vocento desde septiembre de 2007, es director del Instituto de Empresa. Nemesio Fernández-Cuesta, presidente de honor de *ABC* y director general de Repsol-YPF.
Es evidente que Vocento está dirigido por empresarios y directivos de bancos, financieras, sociedades de inversión, multinacionales de energía y de bebidas, e incluso de alimentación. Difícilmente se puede mantener una independencia informativa con todos esos sectores empresariales implicados. Es lógico pensar que cualquier información que afecte negativamente a esas empresas o al contexto político y económico más adecuado para que se desenvuelvan no tendrá cabida en el entramado informativo del Grupo Vocento.

La crisis

La conflictividad con los trabajadores no es nueva en esta empresa. Ya en 1980, Prensa Española, tras negarse a abonar a su personal una paga establecida por contrato, fue condenada por la Magistratura de Trabajo y el Tribunal Central de Trabajo a abonarla, incrementada en un 10 por 100 como recargo de mora.

La crisis está afectando duramente al Grupo Vocento. Los analistas especializados en comunicación de *Prnoticias* afirmaban en septiembre de 2009 lo siguiente:

> Hace un par de cursos la lucha de los accionistas era por el control del grupo y por intentar trasladar el éxito del papel a otros formatos audiovisuales. No obstante con la crisis económica todo este escenario ha cambiado radicalmente y ya pocos creen que el grupo pueda salir airoso de este cambio de paradigmas mediáticos que sucederá al fin de la contracción financiera.
> […] El Grupo está al borde de los números rojos demostrando que su actual modelo es incapaz de ganar dinero a pesar de los múltiples recortes y ERE puestos en marcha en sus cabeceras[71].

En 2009 el Grupo Vocento esquivaba nuevamente las pérdidas gracias a la ingeniería financiera. Vocento registró ese año un beneficio neto atribuido de 9,1 millones de euros, lo que suponía una caída del 73,6 por 100 respecto al resultado obtenido el ejercicio anterior[72]. No obstante, la compañía incluyó en las cuentas las plusvalías de la segunda fase de venta de terrenos de *ABC* (21,4 millones) y los ingresos por la venta de su 5,1 por 100 de Telecinco equivalente a 70 millones de euros[73]. El resultado neto de explotación de 2009 arrojó pérdidas de 49,1 millones[74], pérdidas que continuaron en 2010[75]. Es de destacar la sangría del gratuito *Qué!*, con un millón de euros en el primer trimestre de 2010. A ello añadir que ya en 2008 el grupo puso a la venta sus rotativas y la distribución con el fin de hacer caja ante la desaceleración económica que estaba repercutiendo de manera importante en el grupo de comunicación.
Para los analistas de *Prnoticias*, lo peor es que en el ámbito audiovisual no encuentran su lugar en el mundo. Vocento vendió su participación en Telecinco para lograr liquidez y, a pesar de sus inversiones, es evidente el fracaso de la estrategia TDT de Vocento, que terminó cediendo a sus socios sus dos señales Net TV y Fly Music. A ello se suma la fallida apuesta en su red de televisiones locales, agrupadas en Punto TV en 2005, una marca que desapareció tres años después, dejando la administración de las cadenas en manos de sus socios

locales. La frecuencia de Net TV se cedió a Intereconomía, socios de la cadena que instalaron Intereconomía TV en la señal en febrero de 2008. Paralelamente, en julio del mismo año, Vocento entregó su segunda cadena (Fly Music) a Disney Channel, su otro socio en la TDT. Con ello Vocento cedió completamente la producción de sus dos cadenas disponibles, aunque con la promesa de volver cuando la TDT ya estuviese implantada y se concedieran todas las frecuencias definitivas. Eso sucedió el 20 de septiembre de 2010 cuando salió al aire La10, la nueva cadena de ámbito nacional y generalista de Vocento.

Despidos

A los directivos del Grupo Vocento no les ha temblado la mano a la hora de decidir despidos y aplicar Expedientes de Regulación de Empleo. El 3 de marzo de 2009, la dirección de *ABC* presentaba ante las autoridades laborales y ante el comité de empresa del periódico un ERE que, según el documento, afectaba a 238 trabajadores de una plantilla total de 456. En redacción serán 84 los periodistas despedidos, 106 trabajadores en los talleres y 48 en el área de gestión. Finalmente, en junio, el Ministerio de Trabajo autorizó el ERE que supuso la salida del diario de 133 trabajadores y la recolocación de 75.

En la Comunidad Valenciana, el 8 de junio de 2009 se aprobó otro ERE que afectó a 33 trabajadores de *Las Provincias*.

En el gratuito *Qué!*, en julio de 2009 se planeaba deshacerse de la plantilla de la delegación de Asturias manteniendo la cabecera. El mes anterior se cerraron Alicante y Vigo, que se sumaron a la ya cerrada delegación de La Coruña, y al estudio del cierre de la cabecera en Sevilla.

En noviembre de 2009, Rioja Televisión, S.A., empresa perteneciente a Vocento e integrada por TVR y Punto Radio Rioja, proponía a los trabajadores una reducción de plantilla del 27 por 100, es decir, el despido de nueve personas de un total de 33. El grupo argumentaba motivos económicos. Según los documentos aportados al comité de empresa, la previsión de los ingresos para 2010 era un 8 por 100 inferior a los de 2009. Los representantes de los trabajadores opinaban que con esta reducción faltaría personal para afrontar sus seis licencias de radio y televisión. Finalmente, el Sindicato de Profesionales de la Información de La Rioja (SPIR) denunció en febrero de 2010 que Vocento

había despedido a 15 trabajadores de esta autonomía en poco más de un mes[76].
En diciembre de 2009 la empresa del Grupo Vocento Taller de Editores (TESA) estudiaba un «despido objetivo» a cuatro trabajadores que se negaron a firmar la baja voluntaria para pasar a formar parte de una nueva sociedad perteneciente a Vocento llamada CSC Madrid, S.L. Esta compañía se encargará de las funciones administrativas-financieras de todas las empresas del grupo en Madrid y estará formada por trabajadores de todas estas sociedades. Estas salidas se sumarían a las dos sufridas en el proceso de recolocación. Los trabajadores denunciaban que con este traslado perdían numerosos derechos laborales.
En diciembre de 2009 el Sindicato de Periodistas de Madrid hacía balance de la sangría de despidos en Vocento: cuatro el 10 de diciembre en la filial TESA, incluido un miembro del comité de empresa, además de los 133 puestos de trabajo en el diario *ABC*; 91 en el gratuito *Qué!*, seis en la agencia Colpisa y al menos una decena en la propia TESA[77]. El sindicato señalaba que la dirección recurría a la fórmula del «despido objetivo», que contempla indemnizaciones más bajas que las del improcedente. «De esta decisión —añadía— se desprende que los planes de la empresa de cara al futuro pasan por aplicar esta fórmula, de las más baratas que existen, en lugar de los despidos improcedentes, que han sido la tónica hasta ahora». Parece que todo lo anterior no ha sido suficiente para los directivos del grupo, porque en abril de 2010 en el Foro de Nueva Comunicación, ante numerosos políticos y empresarios, el consejero delegado de Vocento, José Manuel Vargas, pidió al Gobierno que flexibilizase la legislación laboral para facilitar la reconversión de las empresas periodísticas[78].
La conflictividad laboral continuó en 2010. En abril, el 85 por 100 de la plantilla de Bepsa, la empresa que agrupa a todos los trabajadores de la planta de impresión de *El Correo* en Zamudio, denunciaba la paralización unilateral de su convenio colectivo. Los trabajadores criticaban la pasividad de la empresa y su «incapacidad de liderar un proyecto competitivo y moderno, adaptándolo a las nuevas necesidades y demandas que requiere este sector». Denunciaban «la deriva que está tomando esta empresa, donde la falta de liderazgo nos puede arrastrar al mismo pozo al que los dirigentes del Grupo Vocento están llevando irremediablemente a otras empresas rentables y con futuro». Semanas antes, *El Correo* ya vivió un proceso de intranquilidad laboral cuando los redactores se negaron a firmar sus informaciones durante una semana en protesta por la

propuesta de la empresa de suspender la subida salarial pactada en el convenio colectivo y congelar la paga del centenario del diario, también comprometida hace meses. La empresa planteó una propuesta en la que se mantenía la congelación salarial y se pedía que los trabajadores renunciasen a un día de asuntos propios a cambio de estudiar la aprobación de la paga extra del centenario. Y mientras tanto, según el informe anual de la empresa correspondiente a 2008 registrado en la CNMV, los cinco directores generales se repartieron 1.631.000 euros y los 14 consejeros otros 4.879.000 euros. Eso sí, el artículo 28.2 del Reglamento del Consejo de Administración establece que «El consejo procurará que la retribución del Consejero sea moderada».

Vale la pena contrastar el sistema de despido aplicado a los trabajadores con el propuesto para los directivos y sus blindajes. Menos de nueve meses llevaba Belarmino García Fernández como consejero delegado de Vocento cuando fue relevado en enero de 2008. García contaba con un contrato por diez años, en el que figuraba una retribución fija de 680.004 euros y una retribución variable de 320.000 euros. Según el portal financiero Cotizalia, el directivo se fue con un blindaje de dos millones de euros por cinco años, es decir, diez millones de euros después de trabajar nueve meses[79]. A casos como éste hay que añadir pensiones vitalicias de 300.000 euros anuales como la de Santiago Ybarra[80]. Según *Prnoticias*, José María Bergareche y Santiago Ybarra recibieron 6,1 millones, cifra que corresponde a la indemnización prevista en los blindajes del contrato de alta dirección que firmó García con el grupo editor. Se estimó que el coste total de estos despidos para Vocento alcanzó la cifra de 20 millones de euros[81]. Compárese con el montante de las indemnizaciones que destinó el grupo a despidos de trabajadores en 2009, 1.106.000 euros[82].

En la publicación *on-line* del abogado especialista en periodismo y nuevas tecnologías José A. del Moral, ya se explicaba en noviembre de 2006 cómo se movía el dinero de Vocento en las altas esferas de la dirección:

> Hay demasiados líos familiares dentro de la empresa, asociados a sueldos e indemnizaciones multimillonarios. Desde primos hasta hermanos, sobrinos e hijos, hay un montón de Ybarras, Busquets y Lucas de Tena en Vocento. Y por si fuera poco, algunos han montado auténticos chollos. Desde la pensión vitalicia de 300.000 euros anuales que se ha

> autoimpuesto el presidente, Santiago de Ybarra, por si le echan el año que viene, hasta las indemnizaciones por despido del consejero delegado, Jose María Bergareche. ¡Ah! A Alejandro Echevarría ya lo han jubilado hace tres meses de Vocento, que no de Telecinco. Se ha llevado a casa un millón de euros.
>
> Por no hablar de los contratos que vinculan a la empresa con estas personas. Una sociedad del presidente y otra del adjunto a presidente, por ejemplo, facturaron en 2003 casi medio millón de euros a Vocento. Y otra del consejero delegado lo hizo el mismo año por 200.000 euros. Es de suponer que se trata de un sueldo encubierto, como el que se aplica a los futbolistas. Por no hablar de Consulnor, una sociedad de Bolsa controlada por los Bergareche y en la que trabaja la hermana del director general de Vocento, que se lleva parte de las comisiones de la salida a Bolsa[83].

A todos estos asuntos hay que sumar otras polémicas como la compra del gratuito *Qué*! a Cartera Factoría, S.L. y Grupo Godó de Comunicación, S.A., en julio de 2007. A pesar de que Vocento tenía experiencia e infraestructura para lanzar su propio periódico gratuito decidió pagar 132 millones de euros por una cabecera ya existente.

En septiembre de 2010, los directivos de Colpisa anunciaban la presentación ante la autoridad laboral de un expediente de extinción de contratos con cierre de la compañía, dejando en la calle a 26 trabajadores, argumentado que «la situación económica es insostenible». Sin embargo, después de dos años de leves pérdidas, el ejercicio anterior se saldó con beneficios y las perspectivas para 2010 se presentaban halagüeñas[84].

El cierre de sus cadenas autonómicas para convertirse en La10, de ámbito nacional, también provocó nuevos despidos: toda la plantilla de La10 Andalucía y 14 de los 18 que integraban la delegación valenciana.

CAPÍTULO IV
Antena 3 y Planeta

En este capítulo hemos agrupado al Grupo Antena 3 y al Grupo Planeta debido a que, aunque han tenido trayectorias históricas diferentes, el segundo es el principal accionista del primero.

Planeta

Antes que una empresa de comunicación, el Grupo Planeta es un emporio con más de 70 casas editoriales repartidas por todo el mundo, de forma secundaria a la publicación de libros tiene inversiones en medios de comunicación. En su anuario de 2009 reconoce esta apuesta: «En los últimos años, el Grupo Planeta ha realizado una de sus mayores transformaciones al pasar de ser el líder del sector editorial en el ámbito del habla hispana a convertirse en uno de los grandes grupos multimedia españoles, con una clara vocación multinacional».

Planeta también posee inversiones en otros ámbitos que no son editoriales ni medios de comunicación, algo que maneja con mucha mayor discreción y que no aparece en su web ni en su libro corporativo anual. Para ello dispone de varias empresas de inversiones como Terráqueo Plan, S.L., Cordina Planet, S.L. o la empresa de capital riesgo Inversiones Hemisferio, a través de la cual participó, por ejemplo, en la aerolínea Vueling. Las inversiones y desinversiones a través de estas empresas se suceden con mucha frecuencia; es difícil, por tanto, presentar una situación estable de su presencia accionarial en otras firmas. Se puede decir que además de en Vueling tuvo presencia en Parques Reunidos y tiene o ha tenido participación en alimentación, como en Interaliment dedicada

al pescado congelado, en la inmobiliaria Metrópolis, en la juguetera Tecnitoys —fabricante del popular Scalextric—, en el casino de Lloret del Mar… Planeta también tiene porcentaje accionarial en Logista (1 por 100) y en el Banco Sabadell. En esta última entidad, el presidente del Grupo Planeta, José Manuel Lara, controlaría, de forma directa o indirecta a través de diversas firmas como Jaipur Investment y el holding familiar Inversiones Hemisferio, más del 6 por 100 del capital del banco, con lo que se convierte en el primer accionista de referencia. Nosotros nos limitaremos a su presencia en medios de comunicación.

TELEVISIÓN

Desde junio de 2003, el Grupo Planeta, junto a DeAgostini, es el accionista de referencia del Grupo Antena 3, que incluye Antena 3 TV.

RADIO

Onda Cero. A través de la presencia de Planeta en Antena 3.
Emisoras RKOR. Concesión de Radio Digital Terrestre. Para ello creó la Sociedad de Radio Digital Terrenal, S.A. (SRDT), cuyos accionistas son Planeta 2010, S.L., Onda Ramblas, S.A. y un grupo de empresarios catalanes. La programación de la SRDT se emite en periodo de pruebas a través de la cadena radiofónica RKOR.
Radio España. Tras ser adquirida por Planeta, se emite a través de ella Onda Cero.
En 2004 Planeta debió vender su acciones en la Cadena COPE al accionista mayoritario, la Conferencia Episcopal, al no poder simultanear su presencia en dos emisoras concesionarias de radio, lo que estaba sucediendo a través de su participación en Antena 3, propietaria de Onda Cero.

PRENSA

La Razón. Planeta es el accionista de referencia, posee en torno al 70 por 100 del accionariado.
ADN. El Grupo Planeta y diversos editores regionales *(Diario de Navarra,* Grupo Promotor Salmantino –*La Gaceta Regional*—, Grupo Joly, Grupo Serra –*Última Hora*—, *Heraldo de Aragón* y *La Voz de Galicia)*, se unieron para crear la editorial Página Cero a través de la cual publican este diario gratuito en gran

parte de España. La crisis económica ha provocado que algunos (grupo Joly) abandonaran el proyecto.

Editora Prisma. Planeta posee el 50 por 100 de las acciones, el otro 50 por 100 corresponde al Grupo Godó. Prisma edita revistas como *Historia y Vida*, revistas de decoración como *Interiores*, *LivingDeco* e *Interiores Cocinas & Baños*, *Playboy* o *Psychologies*. Edita suplementos para el diario *La Vanguardia* como *QuèFem?*, *TVmanía*, *Salud & Vida* y monográficos especiales temáticos. También edita monográficos y las *guías QF?*, sobre ocio y tiempo libre[85].

Hasta noviembre de 2009, Planeta era propietaria, junto con el Grupo Godó, del 40 por 100 de las acciones del diario catalán *Avui*. Ese mes se hizo pública la compra por Hermes Comunicación, empresa editora del diario *El Punt*, del 100 por 100 de las acciones de *Avui*.

Desembarco en Colombia

Aunque su implantación como editorial de libros está muy consolidada, además de en España, en Portugal, Francia y Latinoamérica, en lo referente a medios de comunicación sus inversiones destacan en Colombia. En ese país, Planeta es propietaria mayoritaria del mayor grupo de comunicación, Casa Editorial el Tiempo. La influencia de Casa Editorial El Tiempo en Colombia es abrumadora. La empresa agrupa al diario generalista *El Tiempo*, el diario «amarillo» *Periódico Hoy*, el especializado en economía *Portafolio*, el semanario regional *7 días*, el gratuito *ADN*, media docena de revistas entre las que destaca la influyente *Cambio*, la televisión local CityTV y la agencia de publicidad y de estudios de campo Datatiempo. Los analistas colombianos no tienen ninguna duda de que el «Grupo Planeta, al comprar *El Tiempo* se convirtió en el más poderoso grupo de medios en Colombia»[86].

Planeta y Prisa mantienen un duro enfrentamiento por el control del panorama informativo colombiano. El primer asalto fue el pulso para la compra a finales de julio de 2007 de Casa Editorial El Tiempo, que se saldó con la victoria de Planeta al lograr el 55 por 100 del accionariado[87]. El segundo asalto de los dos grupos españoles en Colombia fue para conseguir la licencia del tercer canal de televisión en abierto. Parece que el asunto tampoco pintaba muy bien para el Grupo Prisa, que en diciembre de 2009 anunció su renuncia a la puja dejando

como favorito a Planeta, si bien este último podría tener problemas al contar ya, a través de Casa Editorial El Tiempo, con licencias en Bogotá (CityTV). En junio de 2010 se hacía público que Planeta se presentaba en solitario a la licitación del tercer canal de televisión privada en Colombia tras la retirada de los otros dos aspirantes, Prisa y el venezolano Cisneros, que alegaron «falta de garantías». Sin embargo, no se presentó el asunto tan claro para Planeta; horas antes del día previsto para que el Gobierno colombiano hiciera pública la adjudicación, el 23 de julio, el Consejo de Estado de este país anunció la suspensión provisional de la entrega a Planeta al entender que realizar una subasta con un solo participante podía vulnerar la ley[88].
En cualquier caso, hasta entonces, el primer beneficiario de las aspiraciones de los dos grupos españoles fue el Gobierno de Álvaro Uribe que se vio mimado en el tratamiento informativo de los medios de ambos grupos de comunicación, tanto los españoles, como los colombianos: *El Tiempo* de Planeta y Radio Caracol de Prisa. Para cerrar el círculo de buena relación del Gobierno con los medios, el segundo accionista de la Casa Editorial El Tiempo es la familia Santos. Luis Fernando Santos es el presidente del grupo, Enrique Santos Calderón y Rafael Santos Calderón fueron directores del periódico *El Tiempo* y tuvieron diferentes cargos directivos en el grupo. Francisco Santos Calderón (hermano de Rafael) fue vicepresidente de la República durante las dos legislaturas de Uribe (desde 2001) y su primo Juan Manuel Santos Calderón (hermano del presidente del grupo) hasta 2009 fue ministro de Defensa y posteriormente, en 2010, elegido presidente —con una abstención del 56 por 100 — al no poder volver a presentarse Álvaro Uribe. No acaba aquí la consanguinidad Gobierno-*El Tiempo*. La hermana del vicepresidente Francisco Santos, Juanita Santos, tuvo cargos directivos en el grupo y su esposo, Roberto Pombo, es el actual director del periódico *El Tiempo*.
«Los medios de comunicación españoles en Colombia están desarrollando el papel de legitimación de la peor crisis humanitaria existente en los países de occidente»[89], afirmó Edgar Robledo, experto en comunicación social de la Universidad Simón Bolívar, al referirse al papel de los grupos mediáticos españoles. Según Robledo, «la presencia de más de 136 multinacionales españolas en territorio colombiano marca el papel que desarrollan sus multinacionales mediáticas en Colombia, ¿o es que acaso existen dudas sobre el

papel financiador a través de la publicidad, y en algunos casos incluso de la participación indirecta en el accionariado, por parte de estas corporaciones en los grupos mediáticos españoles?»[90]. Esta última acusación resulta todavía más fundada tras la compra por parte de Telefónica de parte del accionariado de Digital+ (Prisa). No es éste el único caso de presencia de multinacionales españolas en medios de comunicación de nuestro país a través de su accionariado o de sus directivos presentes en los consejos de administración. Lo vimos en el capítulo anterior de Vocento y lo podremos seguir observando a lo largo de esta obra según vayamos estudiando cada grupo de comunicación. Sin duda, tal como señala el analista colombiano, eso se refleja en la información sobre su país, pero también en toda la línea editorial e informativa de los medios.

Familia Lara

El Grupo Planeta es propiedad de la familia Lara, en su anuario corporativo de 2009 se califica «de capital íntegramente familiar»[91]. Como se trata de una empresa que no cotiza en Bolsa, su contabilidad pública es menos detallada y transparente. El patriarca, José Manuel Lara Bosch, es gran amigo personal del cardenal Antonio Cañizares, ubicado en el sector más conservador de la Iglesia española. Fue este religioso quien ofició la boda de la hija de Lara, Ángela Lara, en mayo de 2009. A la celebración, en el exclusivo monasterio de Sant Feliu de Guixols, acudieron destacados personajes de la vida política y mediática española como Ana Botella, Josep Piqué, Rodrigo Rato, Pedro J. Ramírez y Jordi Pujol. Cañizares pudo ser el mediador para que el diario *La Razón* se hiciera con la distribución dominical de la edición española del periódico del Vaticano, *L'Osservatore Romano*. El mismo mes que se hizo público este acuerdo, diciembre de 2009, el papa Benedicto XVI recibía en audiencia al propio José Manuel Lara, que iba acompañado del citado cardenal.

Fundación y premios

Como todas las grandes empresas de comunicación, Planeta dispone de su correspondiente fundación, en este caso la Fundación José Manuel Lara. Entre

otras muchas funciones, a través de ella se organizan los premios literarios del grupo o la creación de «programas de contenido cultural para su divulgación a través de la TV, radio e internet»[92]. Planeta ha descubierto en su política de premios una magnífica estrategia de publicidad y *marketing* para sus propios libros. Alguno de ellos, como el Premio de Novela Fundación José Manuel Lara Hernández, reconocen que su dotación económica «se destina a la promoción de la obra ganadora», si bien este galardón no necesariamente debe recaer en un libro de la editorial Planeta[93].

De todas las distinciones organizadas por este grupo destaca el denominado Premio Planeta, uno de los mejor dotados del mundo, que se falla cada 15 de octubre, festividad de Santa Teresa (nombre de la esposa de José Manuel Lara Hernández, padre del presidente de Planeta). El periodista Javier Ortiz escribió que, mientras trabajaba en *El Mundo*, había visto «una y otra vez a la sección de Cultura de *El Mundo* trabajando en la redacción de los textos y en el montaje de las páginas destinadas a anunciar el Premio Planeta bastante antes de que el jurado hubiera celebrado su última reunión». Ortiz afirmaba que «es frecuente que los premios de este género se aderecen *al gusto*. El editor se pone en contacto con el autor que le conviene y le dice: "Escríbeme una buena novela y el año próximo el premio es tuyo"»[94]. La verdad es que escritores como Miguel Delibes —en 1994— o Ernesto Sábato —en 2001— denunciaron que les hicieron esa propuesta[95].

Diario La Razón

Fue creado en 1998 por Luis María Anson, quien abandonó *ABC* tras quince años al frente. Aquello se calificó de «traición» en ese diario, Anson dijo que no sería competencia de *ABC* al tratarse de un vespertino y terminó haciendo «un matutino generalista, clónico de *ABC*, al que copió los aspectos más evidentes del carísimo diseño que Glaser había confeccionado para Prensa Española»[96]. El diario no oculta su ideología conservadora y confesional, que llega a ser militancia. La empresa propietaria es Audiovisual Española 2000, S.A., propiedad en su mayoría de Planeta. Es curioso pero, una vez más, es una empresa editora de prensa la que no tiene página web corporativa donde se informe de ella.

Conflictos y polémicas

Los conflictos laborales y judiciales no podían ser ajenos a un emporio como el Grupo Planeta. En febrero de 2006 nacía el periódico *ADN*, que declaraba situarse ideológicamente en defensa de valores como el progreso social[97]. En octubre de 2008 despidieron a la subdirectora, Cristina Fallarás, en su octavo mes de embarazo. La periodista escribió en su blog:

> No puedo especificar las razones, porque no las conozco.
> Vaya por delante que podría haber esperado las 16 semanas correspondientes que me da la baja por maternidad, pero he preferido cortar rápido. Un lugar donde te plantan la hoja de despido delante en el octavo mes de embarazo no es un lugar donde yo quiera permanecer[98].

En enero de 2009 Planeta anuncia el cierre de la edición digital de *ADN* a pesar de contar con 1,3 millones de usuarios únicos, una cifra importante para un medio en internet. La razón esgrimida por la empresa fue la «puramente económica». En realidad el cierre no se produjo nunca, se despidió a unos 40 profesionales y la página siguió funcionando —y acogiendo anunciantes— mediante el volcado de teletipos o de textos procedentes de la versión en papel. Un negocio redondo.

En diciembre de 2007, un juzgado de Madrid condenaba al director de *La Razón*, José Alejandro Vara, a seis meses de cárcel por no publicar correctamente una rectificación en su periódico. El origen de los hechos se remontaba a 2005, el 19 de mayo de ese año, el juez de Primera Instancia número 57 de Madrid estimó la demanda interpuesta por el diplomático Melitón Cardona Torres y ordenó la rectificación íntegra del texto que este alto cargo había enviado al periódico con motivo de una información publicada el 23 de marzo. Bajo el título «Empresarios marbellíes denuncian al embajador para la reforma de Exteriores por tráfico de influencias», la periodista Carmen Gurruchaga aseguraba en *La Razón* que el ex cónsul de España en Moscú «está acusado de utilizar su cargo en la capital rusa para desviar clientes al despacho de su amigo el abogado Jaume Torrabadella». Se señalaba también que «Cardona compaginaba su cargo en el Ministerio de Exteriores con su puesto de administrador único» en una

empresa y, en este sentido, se subrayaba, entre otras cuestiones, que el embajador podría haber vulnerado la Ley de Incompatibilidades. Ninguno de estos datos resultó ser cierto. La rectificación no se publicó correctamente, sólo salió en la edición de Madrid y en ubicación y extensión menos relevantes que la noticia de Gurruchaga que se estaba enmendando. No se ajustaba por tanto a lo que exigía la sentencia judicial. El denunciante recurrió a la vía penal, que le volvió a dar la razón y condenó al director del periódico. «Fue un estricto despiste administrativo», comentó José Alejandro Vara para explicar la indebida rectificación.

En octubre de 2009, la justicia española consideró culpables al periódico *ADN* y a su agencia publicitaria de plagiar la canción del cantante Manu Chao *Me gustas tú*, para usarla en una campaña publicitaria del diario. Dos años antes el cantante ya les había notificado su negativa a que utilizasen su canción cuando se lo pidieron. El periódico tuvo que pagar 70.000 euros a la discográfica Radio Bemba por daños patrimoniales y a Manu Chao otros 20.000 por daños morales.

Tras el acuerdo, en diciembre de 2009, entre el periódico *La Razón* y el diario vaticano *L'Osservatore Romano*, por el cual el primero distribuía cada domingo la edición semanal en castellano del segundo, el diario propiedad de José Manuel Lara retiró los anuncios por palabras de contactos sexuales y prostitución, habituales hasta entonces. Según el diario *La Gaceta*, *La Razón* se embolsaba más de 1.700 euros al día con estos anuncios[99]. Sobre el acuerdo con el diario vaticano, José Manuel Lara señaló que se trataba de un convenio de «principios» ya que «*La Razón* es un diario de principios, no de ideas si quiera, ni menos de ideas políticas. Es básicamente un diario de principios. Y si en este diario de principios hay uno fundamental, ése es el de ser el diario defensor de la doctrina de la fe. Un diario católico». Es curioso, pero entre los principios del otro diario con participación accionarial de José Manuel Lara, *ADN*, se dejaba claro que «no está adscrito a ninguna organización política o religiosa»[100]. De modo que un mismo propietario puede tener un diario de principios religiosos y otro de principios no religiosos. Lo único que deben tener en común es que sean rentables.

La distribución de *L'Osservatore Romano* con *La Razón*, también dio pie a otra anécdota, muy bien explotada por el otro grupo mediático pro católico que aspiraba a esa distribución y que compite con *La Razón* por la misma audiencia

religiosa: Intereconomía a través de su periódico *La Gaceta*. A ellos no se les escapó que el Grupo Planeta, tal como hemos señalado antes, además de accionista mayoritario de *La Razón*, es dueño del 50 por 100 de Prisma, editora de revistas como *Playboy*. De modo que tenemos a la misma empresa editando y vendiendo *Playboy* y *L'Osservatore Romano*. *La Gaceta* no pudo evitar titular en portada el 27 de diciembre de 2009: «El editor de *La Razón* y *Playboy*, recibido por el Papa»[101]. Sin embargo, Lara fue defendido por otros sectores pro católicos, como la organización Hazte Oír, donde Víctor Rodríguez Gago escribió:

> Pero el señor Lara no es un pastor de la Iglesia ni un moralista, sino un empresario que aspira, legítimamente, a enriquecer su empresa sirviendo a sus clientes productos que éstos demandan y él considera que hace mejor que otros. No confunde a clientes distintos ofreciéndoles el mismo producto, sino que hace un producto para cada tipo de cliente. […] Su riesgo merece ser beatificado, no condenado al fuego eterno[102].

El 13 de diciembre de 2009 se publicaba a dos columnas en las páginas de Religión de *La Razón* una amplia esquela en recuerdo de Irma Ilse Ida Grese. Al pie de la esquela se añadía «Tu muerte fue injusta e innecesaria y te debemos el recuerdo. Espero verte algún día ahí arriba, con tu dulce sonrisa. ¡Hasta siempre!». ¿Quién era la homenajeada Irma Ilse? Debajo de su nombre se podría encontrar la clave: «SS-Aufseherin», que significa guardia femenina de un campo de concentración nazi.



38 — Domingo 13 de diciembre de 2009 • LA RAZÓN

Religión

El «timo» de que la Iglesia calló con el PP volverá el día 28

Después de cada Día de la Familia y de cada manifestación, el PSOE siempre recupera este bulo

QUEDAN 14 DÍAS

Pablo J. Ginés

MADRID- Vuelve a casa por Navidad como aquellos famosos turrones: es el mantra, repetido por los socialistas desde diciembre de 2007, de que la Iglesia española no habló contra el aborto durante los Gobiernos del Partido Popular. La consigna nació con el primer gran Encuentro por la Familia Cristiana de la Plaza de Colón de Madrid, en plena temporada pre-electoral y un mes después de la detención del abortista Carlos Morín en Barcelona, que escandalizó a la prensa española y europea con sus abortos tardíos y las referencias del sumario a las «trituradoras» y los «rompecocos». Los obispos y líderes de movimientos laicos hablaron en defensa de la vida ante cientos de miles de católicos. Zapatero respondió: «es sorprendente que ahora vuelvan con este tema [el aborto]», ya que gobernando el PP «no expresaron en esa dirección ningún posicionamiento». El Presidente del Senado, el socialista Javier Rojo, declaró: «en los años del PP no vi manifiestos ni declaraciones sobre derogaciones de leyes».

Al año siguiente, más de lo mismo. Leire Pajín, secretaria de organización del PSOE, aseguraba que la Ley del Aborto de 1985 «no la ha derogado nadie y, por cierto, nadie la ha criticado cuando el PP gobernaba».

Esto es falso, como demuestran los documentos del cuadro que acompaña estas líneas, pero sin duda se repetirá esta acusación tras la gran Eucaristía de las Familias del próximo 27 de diciembre.

†

IRMA ILSE
IDA GRESE

SS-Aufseherin

FALLECIDA
EL DÍA 13 DE DICIEMBRE DE 1945
a los 22 años de edad

Tu muerte fue injusta e innecesaria, y te debemos el recuerdo.
Espero verte algún día ahí arriba, con tu dulce sonrisa.

¡Hasta siempre!

ESQUELAS
LA RAZON
SERVICIO 24 HORAS
91 540 03 03
FAX: 91 542 06 52

ASÍ SE DIJO EN EL DÍA DE LA FAMILIA

CARDENAL GARCÍA GASCO
(30 de diciembre de 2007)
«Nos dirigimos a la disolución de la democracia», por el camino de «la cultura del laicismo radical» y «las ideologías que pretenden manipular la educación de los jóvenes», previno el entonces arzobispo de Valencia.

CARDENAL CAÑIZARES
(30 de diciembre de 2007)
«Sólo la defensa y la afirmación de la familia abrirán el camino hacia la civilización del amor, hacia la cultura de la vida, superando la tenebrosa cultura de la muerte que con tanto poderío nos amenaza».

CARDENAL ROUCO
(28 de diciembre de 2008)
«Estremece el hecho y el número de los sacrificados por la sobrecogedora crueldad del aborto, una de las lacras más terribles de nuestro tiempo tan orgulloso de sí mismo. Ellos son los nuevos Santos Inocentes».

J. L. RODRÍGUEZ ZAPATERO
(8 de enero de 2008)
«Es sorprendente que ahora vuelvan [los obispos] con este temas [el aborto]. Con el Gobierno del PP «cuando estuvo en vigor la ley aprobada con una mayoría socialista no expresaron en esa dirección ningún posicionamiento».

LEIRE PAJÍN
(29 de diciembre de 2008)
[La ley de 1985] «ha permanecido en el tiempo, no la ha derogado nadie y nadie la ha criticado cuando el PP gobernaba». «Quien más ha hecho por la familia», aseguró, «ha sido este Gobierno».

PRO VIDA, BAJO EL PP

- «El aborto con píldora también es un crimen» (18-6-1998): documento episcopal contra la píldora RU-486, «tan inmoral como el recurso al aborto por medios quirúrgicos».
- «Ante las elecciones del 17 de febrero de 2000»: documento episcopal que exige «respeto sin fisuras a la vida, desde su inicio a su fin natural. El aborto en cualquiera de sus formas y la eutanasia no pueden ser defendidos en conciencia».
- «La píldora del día siguiente, nueva amenaza contra la vida» (27-4-2001) critica que «la autoridad pública abdica de nuevo de su gravísima responsabilidad de tutelar siempre la vida humana. Entra en contradicción con la actual legislación despenalizadora del aborto».
- «La familia, santuario de la vida y esperanza de la sociedad» (27-4-2001) critica la «despenalización del aborto» y «el espejo patético» de los embriones «considerados material de desecho».
- «Una reforma para mejorar» (25-7-03) al embrión humano «no es lícito quitarle la vida».

Esquela laudatoria a la guardiana de campo de concentración nazi Irma Ilse. Efectivamente, Irma Grese fue supervisora de la SS de los campos de concentración de Auschwitz, Ravensbruck y Bergen-Belsen, donde se produjo su detención por el ejército británico el 15 de abril de 1945. Fue juzgada culpable en septiembre de ese año y ejecutada en diciembre por crímenes de guerra. Colaboró en la selección de presas con el cruel médico nazi Josef Mengele, nunca renegó de su ideario nazi y cantaba himnos de la SS en su celda. Los testimonios de los supervivientes de los campos la recuerdan por su comportamiento sádico y perverso, considerada una de las más crueles y notorias

criminales de guerra nazis a pesar de su juventud[103]. Al periódico *La Razón* no le importó publicarle la esquela apologética.

Grupo Antena 3

Opera principalmente en publicidad, radio y televisión. Su presencia en prensa de papel es mínima (sólo a través del Grupo Planeta, tal como desarrollamos anteriormente). Cotiza en Bolsa desde el 29 de octubre de 2003.

TELEVISIÓN NACIONAL

Antena 3 TV. Posee los canales Antena 3, Neox, Nova y Nitro, este último a partir de septiembre de 2010. A ellos se añade el Canal Internacional a través del satélite Hispasat.

RADIO Y TELEVISIÓN LOCAL

Bajo la empresa Uniprex. Posee Onda Cero y Europa FM. En televisión digital opera bajo la marca VER-T.

PUBLICIDAD

Atres Advertising. Creada en enero de 2005, es la filial exclusivista publicitaria. Gestiona los espacios publicitarios en las cadenas de Antena 3 de Televisión, Onda Cero y Europa FM. Pero también en cine (Movierecord) y el periódico gratuito *ADN*. Esta empresa comercializa publicidad de otras cadenas, por ejemplo de Veo7, propiedad de Unidad Editorial y Disney Channel, participada por Vocento.
Unipublic. Especializada en la organización de eventos. Son los organizadores, es decir los dueños, de la Vuelta Ciclista a España.
Movierecord. Es la filial de gestión de publicidad en salas de cine de toda España.

NUEVAS TECNOLOGÍAS

Antena 3 Multimedia. Gestiona iniciativas en nuevas tecnologías como internet con el objetivo de ofrecer contenidos, servicios y herramientas para el entorno digital. Por ejemplo, firmó un acuerdo con Nokia para distribuir contenidos de

Antena 3 en uno de sus teléfonos móviles. Aquí se encuentra el negocio de la interactividad SMS (el envío de mensajes desde tu móvil al programa para que aparezcan en pantalla) que ha llegado en ocasiones a cubrir totalmente los gastos de un programa.

CINE

Antena 3 Films (antes Ensueño Films). Se fundó en noviembre de 2000 con el objetivo de producir y financiar películas para cine y televisión. Participó (junto a Mediapro) en la producción de películas como *Vicky Cristina Barcelona*, de Woody Allen, o *Planet 51*, junto a Ilion y HandMade Films.

Fundación Antena 3

La Fundación Antena 3 se constituyó en 2005. El presidente del patronato es José Manuel Lara Bosch y sus miembros pertenecen al consejo de administración del Grupo Antena 3. Colabora con otras grandes empresas como la aseguradora Mapfre, General Electric o Microsoft. Centra su labor en la infancia y entre sus actividades se encuentra la creación de bibliotecas hospitalarias, sobre todo, obviamente, de libros de la Editorial Planeta. También difunde canales de televisión en los hospitales infantiles. En ellos transmite programación disponible en sus archivos y que no le suponen gasto, pero que le puede ayudar a abrir nuevos mercados de audiencias.

Accionariado

Según la web del grupo[104], los principales accionistas son el Grupo Planeta-DeAgostini, con un 44,58 por 100 de las acciones, y UFA Film Und Fernseh Gmbh Unipersonal (antes RTL Group Communication, S.L.U.) con un 20,49 por 100. Tiene cotizando en Bolsa el 26 por 100, parte de él a través de empresas de inversión como State Street Bank and Trust Company, un banco de inversiones con sede en Massachusetts, y el fondo de pensiones privado Fidelity International Limited, con sede en el Reino Unido. También el Banco Sabadell tiene un pequeño porcentaje. Anteriormente estuvo entre los accionistas el Banco Santander Central Hispano.

Veamos el perfil de algunos de estos accionistas. El Grupo Planeta-DeAgostini reparte su accionariado en un 50 por 100 para cada uno. Los italianos DeAgostini Communications S. A., aunque en su página web figuran con sede en Novara (Italia)[105], en realidad, según consta en diversos documentos financieros[106] y en informes de empresas de información financiera, se encuentra en el paraíso fiscal de Luxemburgo[107].

El otro accionista importante es RTL Group, se trata de la compañía de televisión, radio y productora más grande de Europa, cuyo propietario mayoritario es el conglomerado alemán Bertelsmann. La sociedad RTL Group Communication, S.L.U. fue absorbida en mayo de 2009 por la sociedad Ufa Film Und Fernshe Gmbh Unipersonal, que ya era el único socio de RTL[108], pasando a ser la titular de las acciones de Antena 3. Los orígenes del imperio Bertelsmann se remontan a 1835, cuando Carl Bertelsmann fundó una editorial bajo su nombre en la pequeña localidad de Gütersloh, en la parte occidental de Alemania, que se dedicaba a publicar biblias y canciones religiosas. El consorcio sostiene que su compromiso político y social sigue siendo uno de los pilares desde su fundación[109]. Bertelsmann, como gran empresa alemana, tampoco se salva de su complicidad con el régimen nacionalsocialista, con el que colaboró publicando a autores nazis como Will Vesper, quien hizo el discurso conmemorativo en la quema de libros de 1933[110], o Hans Grimm. El grupo multimedia promovió en 2000 una investigación —que duraría un año— de su pasado a través de una comisión de cuatro historiadores independientes quienes bucearon en los años turbios de la historia alemana[111]. Cuando el escándalo salió a la luz, en la feria del libro de Frankfurt de 2002, causó gran impacto y conmoción, al admitir públicamente el poderoso grupo su colaboración con el régimen nazi y pedir perdón. Bertelsmann editó más de 20 millones de libros y folletos (material de propaganda) en su fructífera etapa editorial durante el gobierno de Hitler[112]. Tras la Segunda Guerra Mundial la empresa cerró y fue Reinhard Mohn quien refundó la compañía en los años cincuenta diversificando la empresa hasta convertirla en lo que es hoy.

En España Bertelsmann vendió al Grupo Planeta en abril el 50 por 100 de Círculo de Lectores[113]. El oscuro pasado de Bertelsmann no fue impedimento para que fuera condecorada con la Gran Cruz de la Orden del Mérito Civil en 2007, otorgada por el Consejo de Ministros, por su papel y el de la Fundación

Bertelsmann en el fomento del cambio social a través de múltiples proyectos.
Un último detalle es que RTL Grup, S.A., según sus comunicaciones a la CNMV[114], también está registrada en el paraíso fiscal de Luxemburgo.

Historia

El Grupo Antena 3 comenzó antes a existir como Antena 3 Radio, empresa que nació en 1982. Sus accionistas eran personajes y empresas de la derecha bajo la dirección de un periodista ligado a Zeta desde el principio: Martín Ferrand. Javier Godó poseía el 51,97 por 100; Prensa Española, 11,47 por 100; Martín Ferrand, el 4,33 por 100; Rafael y Manuel Jiménez de Parga, el 3,72 por 100. El resto eran pequeños accionistas[115]. El grupo de *La Vanguardia* y el de Antena 3 Radio formaron parte de una operación destinada a lograr una licencia de televisión privada en unas fechas en que todavía las televisiones del país eran públicas. Con ese objetivo nace la sociedad Editores Asociados para la Televisión Independiente (Tevisa), creada para promover una compañía de televisión privada, al amparo de la Ley de Televisión Privada aprobada en 1988. Tevisa estaba constituida por las empresas de nueve periódicos españoles –*La Voz de Galicia*, *El Correo Español*, *El Pueblo Vasco*, *El Diario Vasco*, *El Heraldo de Aragón*, *El Diario Montañés*, *Última Hora*, *Diario de Cádiz y Diario de Jerez*, además de *La Vanguardia*—, las de las cadenas radiofónicas Antena 3, Radio 80 y Radio Heraldo, y la editorial Espasa Calpe, S.A. La presidencia del grupo estaba a cargo del editor del diario *La Vanguardia*, Javier Godó y Muntañola[116].
En 1988 Antena 3 se constituyó como Grupo Antena 3. Por su parte, en febrero de 1989 el consejo de administración de Tevisa anunciaba en un comunicado público su renuncia a una concesión de televisión privada y señalaba que todos los consejeros y accionistas de Tevisa «quedan en total libertad para integrarse, si así lo consideran, en cualquiera de las demás opciones que aspiren a la concesión de un canal de televisión privada»[117]. Fue entonces cuando el Grupo Antena 3, presidido por Javier Godó *(La Vanguardia)*, consiguió la adjudicación de una de las primeras tres licencias de televisión privada licitadas en España. Entre sus accionariados estaban Prensa Española y el Grupo Correo. Sus emisiones regulares se estrenaron el 25 de enero de 1990.

El presidente del Grupo Zeta, Antonio Asensio, que no pudo lograr una concesión de televisión, asociado con el magnate de la comunicación Rupert Murdoch, planeó la toma del control de Antena 3 en 1992, y junto a Banesto y el BCH, entre otros, logró desplazar al conde de Godó, que tuvo que abandonar la presidencia. En su lugar fue elegido Asensio (véase capítulo Zeta). Al año de hacerse Zeta con el control de Antena 3 TV, el balance no era muy positivo, según relata el periodista de Zeta, Santiago Miró, en su libro *Zeta, el imperio del zorro. Escándalos internos de un grupo escandaloso*: «La cadena sigue endeudándose con los bancos accionistas; los gastos se disparan (por ejemplo el director de la cadena, el periodista Manuel Campo Vidal, cobraba 14 millones de pesetas por cada entrevista, además de su sueldo como ejecutivo); los programas de las estrellas contratadas son de alguna manera un fracaso; los informativos no despegan y, lo que es más importante, los ingresos no son los previstos»[118]. Como escribieron entonces los periodistas José Díaz Herrera e Isabel Durán, ello hizo que el conglomerado del empresario de prensa catalán posea unas «hipotecas periodísticas» de casi 70.000 millones de pesetas sólo con dos bancos.

Estas cifras convierten a muchos periodistas —principalmente a los encargados de las áreas sensibles para los bancos— en simples funcionarios de las entidades financieras. La libertad de información y la independencia periodística se ponen así al servicio de intereses mercantilistas, muchas veces espurios e inconfesables. Y en eso seguimos.[119]

Más tarde, en 1995 se crearía Antena 3 Internacional, con emisiones para América Latina.

La compra de Antena 3 Radio

Especial atención merece el proceso de compra y disolución de Antena 3 Radio. Esta cadena empezó a emitir a nivel nacional el 4 de mayo de 1982, y en 1992 logró liderar las encuestas del EGM que mostraban una mayor audiencia que su principal competidora, la Cadena SER (Prisa). Ese año el Grupo Godó, entonces accionista mayoritario de Antena 3 Radio, y Prisa llegaron a un acuerdo por el que Prisa compraba Antena 3 Radio y constituía Unión Radio[120], empresa que aglutinaría ambas cadenas. La operación fue duramente criticada y denunciada

por varias figuras periodísticas del momento que consideraban que la compraventa atentaba contra la libre competencia al favorecer la concentración de emisoras en un mismo propietario. Como consecuencia, la Cadena SER recuperaría su posición de liderazgo al perder Antena 3 a sus principales estrellas y, lo más importante, en junio de 1994 Antena 3 Radio dejó de existir como emisora de radio generalista para desaparecer definitivamente en 2002.
Pese a que el Gobierno aprobó en su día la operación, este grupo de periodistas (Martín Ferrand, Pedro J. Ramirez, Luis Herrero, Federico Jiménez Losantos, José María García y Melchor Miralles) presentó un recurso contencioso-administrativo en el que solicitaba la anulación del acuerdo del Consejo de Ministros que autorizó la concentración. Según ellos, se habían producido «posibles conductas de falseamiento de la libre competencia por actos desleales y abuso de posición dominante». En el año 2000, el Tribunal Supremo, y posteriormente la Audiencia Nacional, declararon anulable e improcedente la decisión gubernamental por incumplir las leyes antimonopolio contra la concentración de medios de comunicación. Las sentencias nunca se aplicaron al haber desaparecido la sociedad original, la única opción para su cumplimiento habría sido la separación y venta de parte de la cadena a un tercero, algo que tampoco sucedió. Como conclusión podemos decir que la operación fue percibida como el claro ejemplo de una gran empresa de comunicación (Prisa) que compra un medio de la competencia (Antena 3 Radio) para conseguir el dominio del mercado. Todo ello con la complicidad del Gobierno de turno y sin que la sentencia judicial de ilegalidad pudiese rectificar el daño.

Primera guerra del fútbol y guerra digital

En 1996, al inicio de la primera legislatura del PP se produjo la llamada primera guerra del fútbol, una dura pugna entre las cadenas de televisión por los contratos de imagen de los clubes y la retransmisión de los partidos de fútbol de la Liga Española. Los púgiles en ese combate eran los dos magnates de la comunicación de entonces: Jesús Polanco (Canal+/Grupo Prisa) y Antonio Asensio (Antena 3 TV/Grupo Zeta). El conflicto llegó a los tribunales y a la política.
El choque se inicia cuando Antonio Asensio decide entrar en el mercado

futbolístico a través de Antena 3 TV, y comienza a llegar a acuerdos con los clubes para retransmitir los partidos, lo que provoca una inflación de precios que convulsiona el mercado. Antena 3 daba un golpe de mano en la segunda semana de abril de 1996 al anunciar los derechos audiovisuales de una veintena de clubes de primera y segunda división, a partir de 1998[121]. Prisa decidió llevar a los tribunales a Antena 3 por competencia desleal en relación con la retransmisión de los partidos. Según la empresa de Polanco, Antena 3 no disponía de avales económicos para pagar lo que había prometido a los clubes y además burlaba los derechos de emisión de las cadenas autonómicas. Prisa mantenía la tesis de que se trataba de una alianza entre Asensio, Pujol y Aznar para debilitar al Grupo Prisa en favor de Zeta y Antena 3. A cambio, el Gobierno catalán y el de Madrid estarían aprovechando la debilidad financiera del grupo de Antonio Asensio para garantizarse el apoyo de sus medios[122].

Antena 3 TV reaccionó con un comunicado público, redactado en unos términos durísimos: «El Grupo Prisa prostituye las instituciones democráticas y no admite la llegada de la competencia porque no cree en ella». Por su parte, desde Prisa respondieron con munición de alto calibre y desde las páginas de *El País* denunciaron que el ex comisario de policía Joaquín Domingo Martorell era el encargado de negociar el fútbol para Antena 3. El diario ofrecía una completa biografía profesional de Martorell, en la que constaba que, en calidad de coordinador y supervisor, fue uno de los policías que interrogaron al etarra José Arregui, muerto tras varios días de torturas. Un grupo de directivos de Antena 3 y del Grupo Zeta, con Manuel Campo Vidal a la cabeza, firmó una carta al director de *El País*, en la que se acusaba a ese diario de «echar en manos de ETA» al ex comisario fichado por Antonio Asensio para las contrataciones deportivas. Los informativos de Antena 3 TV dedicaron un amplio espacio a la polémica, empleando términos como «bellaquería» y denunciando una «guerra sucia y canallesca» por la compra de los derechos del fútbol.

Pero el protagonismo de Polanco y Asensio no se limitó a la batalla del fútbol; los intereses de ambos en torno al negocio de la televisión de pago coparon la actualidad en la década de los noventa.

Guerra de plataformas digitales

A finales de 1996, y bajo el impulso del Gobierno de José María Aznar, Telefónica, Antena 3 TV, RTVE, Televisió de Catalunya, Televisión Autonómica Valenciana, Televisión de Galicia, Telemadrid y la mexicana Televisa suscriben un protocolo de acuerdo para desarrollar otra plataforma digital: Vía Digital. Sin embargo, la incorporación de Antena 3 nunca se materializaría.

Mientras tanto, el Grupo Prisa había decidido ese mismo año 1996 convertir su oferta de cuatro canales temáticos en una plataforma de televisión digital: Canal Satélite Digital.

Ambos grupos se presentaban como antagonistas ideológicos, el primero en la órbita del Gobierno del PP y el segundo cercano al Partido Socialista. Pero también había otro elemento en disputa, igual o más importante, los derechos de emisión del fútbol, que suponían el elemento clave para dotar de rentabilidad al proyecto. Ofrecer los partidos de la Liga era el elemento decisivo para que los ciudadanos estuvieran dispuestos a contratar una televisión de pago u otra[123]. Estos derechos de emisión se repartían entre el Grupo Zeta (recordemos que era propietario de Antena 3), que tenía los derechos de una serie de clubes de primera división, y Sogecable, propietario de otros.

Cuando los accionistas de cada grupo parecían ya definidos, Antonio Asensio (Antena 3) se desmarca de la plataforma impulsada por Aznar y Teléfonica, y en Nochebuena llega a un acuerdo con Jesús Polanco (Prisa) para la explotación de los derechos de emisión del fútbol. Polanco, con Sogecable, y Asensio, con Antena 3 TV a través de Gestora de Medios Audiovisuales (GMA), crearon Audiovisual Sport (AVS), que explotará conjuntamente los derechos audiovisuales de la primera y la segunda división de la Liga Nacional de Fútbol Profesional y de la Copa del Rey. La nueva sociedad, presidida por Asensio, se repartía el accionariado de la siguiente forma: Canal+-Sogecable tendrá el 40 por 100 del capital, Antena 3-GMA otro 40 por 100 y la catalana TV3 el 20 por 100 restante. Además, los tres grupos constituyeron otra sociedad que sería la plataforma digital alternativa (Canal Satélite Digital) a la fundada bajo el liderazgo de Telefónica, propugnada por el Gobierno Aznar. El gran perdedor será el Gobierno del PP —promotor de Vía Digital a través de Telefónica—, que se sintió traicionado por Asensio al pactar éste con Prisa, el eterno enemigo del Gobierno *popular*. Días después, en enero de 1997, se presentó la plataforma Canal Satélite Digital que comenzó sus emisiones el 30 de ese mes. La polémica

fue de tal envergadura que el presidente del Grupo Zeta tuvo que comparecer en la Comisión Constitucional del Congreso de los Diputados donde argumentó que su decisión era meramente empresarial y no política, y confirmó las presiones ejercidas por Miguel Ángel Rodríguez (portavoz del Gobierno del PP) para que deshiciese el acuerdo con Sogecable[124].

Por su parte Telefónica anunció el 30 de enero de 1997 que junto a sus socios constituía la sociedad gestora Distribuidora de Televisión Digital (DTD) encargada de explotar su plataforma Vía Digital. La distribución del accionariado quedó de la siguiente forma: Telefónica, 35 por 100; RTVE, 25,5 por 100; Televisa, 25,5 por 100; Telemadrid, 4 por 100; Canal 9, 2 por 100; Televisión de Galicia, 2 por 100; Grupo Recoletos, 5 por 100; Unidad Editorial-*El Mundo*, 0,25 por 100; COPE, la cadena de emisoras de la Iglesia, 0,25 por 100; Promociones Periodísticas Leonesas, 0,25 por 100; *Las Provincias*, 0,25 por 100 y la revista *Época*, un 0,10 por 100. Vía Digital comenzó su emisión en septiembre de 1997.

Telefónica compra Antena 3

Al final se imponen las leyes de economía y convierten en socios a los enemigos enfrentados durante diez años. Según informaba *El País*, las deudas consolidadas de Antena 3 TV se estimaban en torno a 70.000 millones de pesetas[125]. Más cifras. La cadena de Asensio —a través de Gestora de Medios Audiovisuales— se había comprometido a pagar esa misma temporada 19.000 millones de pesetas a los clubes que le habían cedido los derechos para emitir sus partidos. Según informaciones no desmentidas, Asensio había adquirido compromisos de pago con los clubes para los siguientes años por valor de más de 100.000 millones de pesetas. Esta cantidad era imposible de costear por una sola cadena de televisión[126].

La nueva situación ya va generando en el ambiente la opinión de que debería haber sólo una plataforma de televisión digital, en lugar de las dos en pugna existentes hasta entonces.

Pero hay más novedades. El 23 de julio de 1997 Telefónica compra el 25 por 100 de las acciones de Antonio Asensio en Antena 3 TV[127]. Ahora nos encontramos con la paradoja de que un accionista de la plataforma Vía Digital (Telefónica) se

convierte en copropietario de Audiovisual Sport, la empresa que posee los derechos del fútbol para la plataforma competidora, Canal Satélite. Como era de prever, Telefónica pide emitir la Liga a través de Vía Digital, a lo que Canal Satélite se niega. A los pocos días, el Gobierno redactaba un proyecto de ley que prohibía que una plataforma digital tuviera en exclusiva los derechos de retransmisión del fútbol y anunciaba la elaboración de una lista de acontecimientos de interés general que deberían emitirse en directo. Se acabó la discusión.

Teléfonica, con el apoyo del Gobierno Aznar, sigue apostando por amasar un gran grupo mediático en España. En mayo de 1999 anuncia la compra de Uniprex, propietaria de Onda Cero, a la ONCE y la asocia a Antena 3 TV, de modo que ahora el Grupo Antena 3 englobaría las cadenas de televisión y radio, así como futuras compras como Movierecord[128].

Fusión de plataformas digitales

La realidad demuestra que el mercado no daba para dos plataformas de televisión de pago. Sin el fútbol, Vía Digital continuaba generando pérdidas, cercanas a los 631 millones de euros al término del año 2001. La empresa realizó varias reducciones de capital social, y durante ese tiempo algunos consejeros de la plataforma, como Gustavo Cisneros con un 7 por 100 de las acciones, pidieron públicamente una fusión con Canal Satélite al considerar que en España no había mercado para dos plataformas de pago. En enero de 2002 el entonces presidente de Telefónica, César Alierta, solicitó un informe sobre la viabilidad de la plataforma. Finalmente, Prisa y Telefónica llegaron a un acuerdo para la fusión el 8 de mayo de 2002. Ahora Telefónica, presionada por el Gobierno por incumplir la ley al tener presencia en dos televisiones, tenía que vender su participación directa en Antena 3 al ser parcialmente dueña de otra cadena de televisión (Canal+).

La racionalización de los costes en estos dos ámbitos se presenta como una de las principales ventajas de la fusión, la disparatada carrera por hacerse con el control de derechos audiovisuales había supuesto un lastre en las cuentas de resultados. Esta guerra por los derechos deportivos llevó, por ejemplo, a Vía Digital a desembolsar cerca de 200 millones de euros por los derechos de los

Mundiales de fútbol de 2002 y 2006. Canal Satélite Digital y Vía Digital funcionaron como marcas separadas hasta el 21 de julio de 2003, cuando unieron contenidos, canales y programación para pasar a ser una única oferta de pago por satélite. El resultado final fue la creación de Digital+. Una vez más el dinero y la búsqueda de beneficios es el criterio con el que se define la oferta audiovisual de los españoles.

Llega Planeta

Planeta, junto con sus socios DeAgostini, compra en un principio el 25 por 100 de las acciones en mayo de 2003[129], hasta llegar casi al 50 por 100 dos años después, porcentaje que posee actualmente.
Su presidente pasa a ser José Manuel Lara (Planeta) y el consejero delegado, el italiano Maurizio Carlotti (DeAgostini). Este último propició la salida a Bolsa en 2003 de parte de la cadena, concretamente el 30 por 100 de las acciones procedentes de Telefónica.

Conflictividad laboral

Mauricio Carlotti había sido un hombre de confianza de Berlusconi. Procedía de Publitalia, compañía del grupo Fininvest a la que se incorporó en 1986 y en la que llegó a ser vicedirector general, con responsabilidad en las áreas de *marketing* y ventas. Según la fiscalía italiana, entre 1988 y 1994, en Publitalia y sus asociadas Publiespaña y Publieuropa se manejó dinero negro aproximadamente por valor de 7.000 millones de liras (3,6 millones de euros) [130] (véase capítulo Telecinco). En 1994 se incorpora al Grupo Telecinco en el que ocupa los puestos de consejero delegado de Publiespaña, director general de Gestevisión Telecinco y consejero delegado del grupo, cargo que desempeña hasta 1998[131]. Carlotti se traslada entonces a Mediaset como consejero delegado con responsabilidad en el área de media y contenidos hasta su incorporación en el año 2000 al Grupo DeAgostini. En junio de 2003 es nombrado consejero delegado del Grupo Antena 3 tras la entrada de Planeta y DeAgostini en el accionariado de la cadena de televisión. Carlotti estaba especializado en recortes presupuestarios y de personal, tal como había hecho

anteriormente en Telecinco, donde sus recortes de plantilla provocaron una huelga de los trabajadores. Ahora en Antena 3 comienza con los despidos. Desde su llegada hasta finales de 2007, perdieron su puesto de trabajo en la cadena más de 640 empleados fijos y se externalizaron áreas estratégicas de la empresa. Carlotti llegó a decir que él era capaz «de hacer un canal de TV con menos de 200 trabajadores»[132].

Al fusionarse las dos plataformas digitales, Antena 3 no pudo colocar sus canales temáticos y aplicó otro ERE a los 40 trabajadores que los integraban. Un día antes de la emisión de Digital+ como plataforma unificada, estos canales dejaron de emitir con un rótulo en el que los profesionales se despedían de los espectadores. Poco después se produce otro ERE más espectacular en el que el despido que más llamó la atención a la prensa fue el de la conocida y veterana presentadora Rosa María Mateo, sin previo aviso. Sin embargo, junto a ella se fueron a la calle otros 214 trabajadores de la cadena privada. Algunos de ellos, tal como denunciaron algunos profesionales, «por haberse rebelado, por manifestar públicamente su disconformidad con el Expediente de Regulación de Empleo»[133]. En noviembre de 2003, según denunciaban los trabajadores, la dirección de la cadena intentaba boicotear una y otra vez las convocatorias de huelga con grabaciones previas a los días de paro, intentos de traslado a otras sedes, etc. Todo ello fue contestado por la asamblea de trabajadores y trabajadoras, que llegó a tomar literalmente un plató y a impedir la grabación de un programa[134].

El 22 de octubre, la dirección de Antena 3 recurrió a la policía para que sacaran por la fuerza a los empleados que mantenían una asamblea permanente en la cafetería. La tarde anterior, en una votación secreta realizada durante una jornada de huelga, con las urnas en la calle, los trabajadores habían dicho «no» a la propuesta de la empresa de despedir a 254 trabajadores. Se trató del primer desalojo policial de la sede de un medio de comunicación en la democracia (veáse fotografía en la página siguiente).

Mientras tanto, una legión de agentes de seguridad privados custodiaba las puertas de acceso a la redacción y al plató de informativos mientras Matías Prats aparentaba naturalidad frente a la audiencia.



Periodistas y trabajadores de Antena3 detenidos por las fuerzas policiales.

Con una resolución de la Consejería de Trabajo de la Comunidad de Madrid, entre otras comunidades, en la que se dictaminaba que no existía una situación económica negativa que justificara un ERE, el Ministerio de Trabajo, entonces bajo Eduardo Zaplana, lo aprobó y permitió el despido de más de dos centenares de trabajadores. Aquello llegó a producir algunas iniciativas parlamentarias, en concreto preguntas al Gobierno por parte del grupo socialista e Izquierda Unida, quienes denunciaron un pacto entre Lara (presidente de Planeta), Zaplana (ministro de Trabajo) y el propio presidente del Gobierno José María Aznar. Recordemos que la empresa pretendía despedir con una indemnización de veinte días de salario por año trabajado cuando altos directivos como el consejero delegado Ernesto Sáez de Buruaga se fueron con una indemnización de seis millones de euros. El presidente del comité de empresa de Antena 3 en aquellos años, José Rubio, denuncia que las empresas televisivas tienen muchas formas de alterar su contabilidad para pretender justificar despidos. Por ejemplo pueden cambiar el valor contable de las existencias, es decir, los derechos de emisión de

un determinado producto que suele ser por varios años. La empresa puede incorporar ese valor, que corresponde por ejemplo a cinco años, en uno solo y así presentar muchos costes con los que justificar una reducción de personal y lograr que las autoridades laborales se la aprueben. Igualmente, otros años prescinden de incluir ese valor y así presentar una buena gestión ante quien corresponda.

Esos bailes de cifras dan mucho juego, un canal de televisión que facture 200 millones de euros al año, puede lograr su gastos fijos en ciento cincuenta a cien millones y así disponer de esa diferencia de cincuenta millones para distribuir entre los directivos o empresas creadas y subcontratadas que son de esos directivos. Se han llegado a montar sociedades con un capital de 3.000 euros para retransmitir toda una televisión, algo evidentemente imposible, el objetivo era colocarse detrás de esa empresa algunos ejecutivos del canal para poder embolsarse grandes sueldos y beneficios. Así, el dinero de facturación se diluye con las empresas del entorno[135].

Este sindicalista recuerda que,

> cuando en su momento se adjudicaron las licencias públicas de televisión por parte del Gobierno, se hizo tras la presentación de un proyecto por parte de las empresas aspirantes que incluía medios que se disponían, objetivos, etc. Estos proyectos siempre incluían cuestiones como incentivar el empleo o tener al menos un 50 por 100 de producción propia. Es importante precisar que estos elementos se convertían en obligaciones contractuales de quien recibía la licencia, por tanto despidos como el de Antena 3 suponían violar ese contrato[136].

La operación de Antena 3 tuvo eco hasta en la prensa italiana que tituló «Carlotti, la cura dimagrante del torero» («Carlotti, la cura de adelgazamiento del torero»)[137], donde señalaban que el italiano había despedido de Antena 3 a 214 trabajadores en la televisión (incluidos 34 periodistas), 112 en la radio y 40 en los canales temáticos, a pesar del «no» de los sindicatos y de catorce días de paro. Según decía, el ajuste se lo aplicó personalmente para quedarse con un sueldo de «tan sólo» 700.000 euros anuales más otros 100.000 en primas.

José Rubio recuerda que «en torno a 2005, recién ejecutado el ERE, los gastos salariales del grupo eran en torno a 80 millones de euros, de ellos 40 eran los

gastos del personal adscrito al convenio, es decir los aproximadamente 1.800 *curritos*. Los otros 40 eran para los directivos». «Y no solamente eso —añade Rubio—, se creó un Plan de Fidelización para estos directivos por un total de 70 millones de euros que se repartían entre treinta y tantas personas, de ellas, 13 se llevaban 45 millones de euros, más que los 1.800 trabajadores de toda la plantilla en un año. Y mientras tanto, continuaban las externalizaciones de áreas troncales a empresas que facturan a Antena 3 con lo que aumentaban escandalosamente los gastos de explotación»[138].

El 30 de noviembre de 2005, con el relanzamiento de la Televisión Digital Terrestre en España, Antena 3 cambió su frecuencia a digital multiplicando su capacidad de transmisión, y se crearon dos nuevos canales: Antena.Neox, orientada al público juvenil, y Antena.Nova, orientada a toda la familia. A pesar de ello, no acabaron los despidos del italiano ni los conflictos laborales. En julio de 2007, el sindicato Comisiones Obreras (CCOO) denunció que Mauricio Carlotti estaba intentando deshacerse de todos los trabajadores de izquierdas que trabajaban en la cadena de televisión con el único fin de reforzar la línea editorial de la cadena. En vísperas de las elecciones sindicales, el sindicato denunció que el consejero delegado de Antena 3 llegó a afirmar que «los trabajadores de izquierdas ya saben lo que tienen que hacer, irse de la empresa». En una nota que hizo pública el sindicato se afirmaba que Carlotti estaba «destruyendo empleo estable, descapitalizando la cadena, convirtiéndola en un mero centro emisor, con proyectos urbanísticos que afectarían a sus instalaciones»[139]. También denunciaba que pese a los extraordinarios datos de facturación y los multimillonarios beneficios de la empresa privada, el salario de los trabajadores llevaba congelados varios años.

En julio de 2008 Mauricio Carlotti fue nombrado vicepresidente del Grupo Antena 3 y sustituido en su cargo de consejero delegado por Silvio González. Carlotti dejó claro «su» modelo de televisión en declaraciones a la prensa italiana: «La televisión comercial está hecha para vender publicidad, si no, cierra. Consecuentemente los programas sirven para captar el público adecuado para los anunciantes. Yo soy un vendedor de público y sé lo que quieren nuestros clientes»[140]. Mientras tanto, la legislación española sigue alardeando de considerar a la televisión (la pública y la privada) como un «servicio público».

La conflictividad laboral de Antena 3 no ha cesado, en febrero de 2009 los

sindicatos denunciaban que la productora CBM, subcontratada por Antena 3 TV para contenidos informativos en Andalucía, había realizado varios despidos improcedentes[141].

Fusión con laSexta

Durante el primer trimestre de 2010 no se dejaba de rumorear una fusión entre Antena 3 y laSexta, más todavía al haberse materializado la de Telecinco con Cuatro. Sin embargo, según avanzaba el trimestre parecía menos probable, ya en febrero el consejero delegado del Grupo Antena 3, Silvio González, señalaba que su compañía no tenía previsto llegar a un acuerdo de fusión «a corto plazo» con laSexta, ni con cualquier otro canal[142] (más información en el capítulo de Mediapro).

Todo queda en casa

Las sinergias entre política, economía y medios de comunicación suelen ser habituales. En algunos casos pueden presentarse de forma elocuente. El 22 de mayo de 2009 se casaban Josep Piqué y Gloria Lomana. El primero fue ministro de Industria y Exteriores durante el Gobierno de José María Aznar y en el momento de su boda era presidente de la aerolínea Vueling, la segunda era la directora de informativos de Antena 3 TV. En el canal de televisión, José Manuel Lara es el principal accionista. Pero la familia Lara también era por entonces accionista de la aerolínea[143]. Estamos, por tanto, ante el matrimonio perfecto entre político de derechas, empresa editorial, medios de comunicación y empresa de transportes. Es evidente que todo ello tendrá su reflejo en la ausencia de crítica en Antena 3 al papel de Piqué como ministro de Exteriores cuando aterrizaban en España los vuelos de la CIA en ruta a Guantánamo. O la información sobre una huelga de trabajadores de Vueling.

Situación económica

En 2009 el Grupo Antena 3 registró un beneficio neto de 60,75 millones de

euros a pesar de la crudeza de la crisis publicitaria. El dato suponía una caída del 33,3 por 100 con respecto al año anterior. La tendencia era al alza, durante el primer trimestre de 2010 ganó 15,9 millones de euros, casi el doble del beneficio que registró hasta marzo de 2009, que fue de 8,1 millones de euros, según informó la empresa a la CNMV.

CAPÍTULO V
Zeta

PRENSA DIARIA

El Periódico de Catalunya, El Periódico de Extremadura (se distribuye junto al diario Público), El Periódico de Aragón, Mediterráneo, Diario Córdoba, Ciudad de Alcoy, La Crónica de Badajoz, Sport.

REVISTAS

Interviú, Tiempo, Cuore, Woman, Viajar, Man, Primera Línea, Autohebdo Sporta, Playstation, Digital Camera, Windows revista oficial, Cartoon Network.

EMPRESAS

Zeta Gestión de Medios. Gestiona la publicidad no sólo de los medios del Grupo Zeta sino también de los diarios *La Voz de Asturias, Diario de León, Diario de Teruel, Estadio Deportivo y Super Deporte*. Y de las televisiones TPA Televisión del Principado de Asturias, Extremadura TV y 7 Región de Murcia, además de la local Barcelona TV, y la radio del Principado de Asturias. Gestiona también la publicidad en internet de Editorial Prensa Ibérica y Grupo Joly. Además de cuatro diarios deportivos, una veintena de revistas y webs corporativas[144].

En libros posee los sellos Ediciones B, Vergara, Zeta Bolsillo y Bruguera.

En el ámbito audiovisual: On pictures (distribución y producción de cine), On TV (productora para televisión), Ficción TV (encargada de hacer series) y el sello musical El Volcán Música. La actividad de estas empresas es mínima.

Gráficas de Prensa Diaria. Seis imprentas por la geografía española en cuyas rotativas se imprimen no sólo prensa del Grupo Zeta como *El Periódico de*

Catalunya o *Sport*, sino también de otros grupos como *20minutos*, *La Razón*, *Qué!*, *Avui*, *El Periòdic d'Andorra*, *ParuVendu y La Centrale*.
Dicom Medios. Para aplicaciones en internet.
Iso. Publicidad para eventos deportivos.
Las publicaciones se editan bajo la firma Ediciones Primera Plana.

Presencia fuera de España

A través de Ediciones B en México, Colombia, Uruguay, Venezuela, Chile, Argentina. Además como Grupo Editorial Zeta en México, Distribuidora Suma Limitada (Chile), Ediciones y Publicaciones Z (México), Suma de Letras México y Suma de Letras Argentina.

Accionistas

El Grupo Zeta, prácticamente en su totalidad, es propiedad de la familia Asensio.

Lobby

El grupo estableció el Premio Antonio Asensio de Periodismo en memoria de su fundador. El último galardonado fue la Sociedad Interamericana de Prensa, una patronal de periódicos muy criticada por los Gobiernos progresistas de América Latina por su labor de agresión a las medidas de desarrollo del sector público audiovisual en ese continente. Los miembros del jurado son mayoritariamente directivos del Grupo Zeta, suelen premiar a medios extranjeros que no hacen la competencia a la empresa, en el año 2007 se otorgaron el premio a ellos mismos a través de un periodista del grupo, Antonio Franco Estadella, ex director de *El Periódico de Catalunya* y asesor de Zeta.

Historia

En 1976, Antonio Asensio Pizarro fundó Ediciones Zeta, S.A. con un capital de 500.000 pesetas, con el que sacó a la calle la revista semanal *Interviú*, que pronto

se convirtió en uno de los referentes del nuevo periodismo político de la transición española con una tirada de un millón de ejemplares en 1978. A partir de entonces llegó la expansión de todo el grupo. Además, era propietario de Ediciones B (antigua Editorial Bruguera) y también de la agencia de noticias OTR/Press, absorbida por Europa Press. El periodista Santiago Miró trabajó en *Interviú* casi veinte años, desde su aparición hasta 1995. En su libro *Zeta, el imperio del zorro*, cuenta de esta publicación que

> en la primera época, *Interviú* no tenía ninguna atadura financiera ni política […]. Sin embargo, a medida que fue creciendo y fue estableciendo los naturales vínculos bancarios, empresariales y políticos, *Interviú* se olvidó de las segundas y hasta de las primeras partes de los temas más polémicos, convirtiéndose en una empresa condicionada en la que Asensio perdió libertad y se vio, a menudo, sometido a contradicciones varias, reflejándose todas ellas en su revista. El semanario se convirtió, en ciertos casos, en un freno político y financiero; en otros, en el aval de desmanes y politiqueos; y hasta en fuente y medio de aspirar y conseguir ciertas prebendas[145].

Los ejemplos de concesiones al poder que relata Miró en su libro son frecuentes. Desde la sustitución de un reportaje sobre el hermano del entonces vicepresidente Alfonso Guerra del periódico *La Gaceta de los Negocios* (entonces propiedad de Zeta) a petición de la ministra de Presidencia del Gobierno (1989), al levantamiento de una información sobre Banesto porque no resultaba del agrado de Mario Conde cuando la rotativa llevaba impresos 70.000 ejemplares de *Interviú* (1991), «operación que se vio compensada con un talón de siete millones de pesetas de Conde al Grupo Zeta»[146]. Así cuenta Miró la estrategia del grupo de desarrollarse siempre al lado del poder:

> Los grandes reportajes-denuncia propios de sus primeros años se olvidan a medida que se multiplican los pactos con los interesados y las negociaciones con bancos y con políticos. En la época de UCD, se termina apostando por el centro[147]; en la del PSOE, por el felipismo. Todo es color de rosa, vendiéndose en portada los grandes magnates y

políticos de moda. Y en la del PP, se apuesta por Aznar.

Sus primeros pasos en la televisión los dio Zeta con el intento fallido de hacerse con una de las tres licencias de cadenas privadas que iba a conceder el Gobierno. La propuesta de solicitar un canal presidido por Antonio Asensio, denominado Univisión Canal 1, fue rechazada en la adjudicación en agosto de 1989. Ya aquella petición la hizo de la mano de Rupert Murdoch y su empresa News Corporation.

En septiembre de 1991, el grupo de Asensio compró a Quail España, S.A., empresa presidida por el empresario catalán Javier de la Rosa, el 42,66 por 100 de las acciones de Servicio de Publicaciones Económicas, S.A., (Spesa), empresa editora de *La Gaceta de los Negocios*, hoy propiedad del Grupo Intereconomía. Zeta pasó a controlar el 93,66 por 100 de Spesa, mientras que el 6,33 por 100 restante quedaba en manos de la ONCE. En junio de 1992, el grupo se hizo con el 90 por 100 de las acciones del diario deportivo *Sport*. La mayoría de los títulos se los compró al ex alcalde de Barcelona José María Porcioles y al vicepresidente del FC Barcelona Joan Gaspart, que seguirían como accionistas minoritarios.

Antonio Asensio se sacó la espina de no haber logrado una televisión en el reparto de licencias a mediados de junio de 1992. En ese año, asociado de nuevo con el magnate de la comunicación Rupert Murdoch, planeó la toma del control de Antena 3. Junto a Banesto (presidido por Mario Conde) y el BCH, entre otros, descabalgaron por la vía del mercado accionarial al grupo que encabezaba el conde de Godó, que tuvo que abandonar la presidencia. En su lugar fue elegido Asensio y se produce entonces un cambio radical en contenidos, profesionales, estética e imagen corporativa. El accionariado de la cadena quedó de la siguiente forma: Renvir (Murdoch-Asensio), 25 por 100; Corporación Banesto, 20 por 100; Tisa (editora de *La Vanguardia*), 12,5 por 100; Antena 3 Radio, 12,5 por 100, y Joan Lladró, 4 por 100. El resto se repartía entre diferentes accionistas (los dueños de Prosegur, el dueño de Mercadona, Ibercaja, conservas Calvo…). «No fui dócil con el poder —afirmó el nuevo presidente de Antena 3 TV— y por eso he tenido que pagar a precio de mercado una licencia que fue concedida gratuitamente»[148], afirmó el dueño de Zeta. Sin embargo Asensio había tomado el control sin disponer de dinero. El BCH había asumido un riesgo de 30.000

millones de pesetas de entonces y Banesto otros 36.725[149]. La apuesta por la televisión supuso el abandono, cuando no el desprecio, a la revista que permitió a Zeta sentar las bases de su imperio periodístico, *Interviú*. En junio de 1995, cuando el año anterior había dado 200 millones de pesetas de beneficio, se amenaza con despedir a la mitad de la plantilla con la excusa de crisis económica. La situación desemboca en una huelga de cuatro días. Poco después, la situación se repitió en la revista *Tiempo*.

Como ya vimos en el capítulo de Antena 3, el Grupo Zeta tuvo un papel destacado en los conflictos mediáticos de los años 1996 y 1997. Se trataba de la denominada primera guerra del fútbol y la de las plataformas digitales. Antonio Asensio fue el actor clave que terminó decidiendo el juego tras su pacto con el Grupo Prisa en la Nochebuena de 1996. Finalmente, en junio de 1998, Zeta termina abandonando sus inversiones en televisión. Tras esa venta, el propietario del Grupo Zeta, a través de la empresa Pantercard 2000, S.L., se dedicó a invertir en clubes de fútbol.

A finales de julio de 1998, el Grupo Zeta adquirió un 25 por 100 y la gestión de la editora que lanzó el diario de difusión nacional *La Razón*, dirigido por Luis María Anson, en un claro desafió al diario *ABC*. En la actualidad Zeta no tiene presencia accionarial en ese diario.

Caída

El Grupo Zeta entró en 2008 en una grave crisis que no ha dejado de crecer; su deuda actual se estima en 200 millones de euros[150]. En noviembre de ese año se planteaba la viabilidad de la empresa. Aunque se negoció la venta de su buque insignia, *El Periódico de Catalunya*, al empresario extremeño Alfonso Gallardo, finalmente no hubo acuerdo. Las conversaciones estuvieron tan avanzadas que el presidente de la comunidad autónoma extremeña en esa época, Juan Carlos Rodríguez Ibarra, en uno de sus arrebatos de locuacidad llegó a decir en un mitin que Gallardo «acaba de comprar el Grupo Zeta catalán y ha comprado dos siderúrgicas en el País Vasco; éste es el cambio de Extremadura: en los años sesenta y setenta mandamos emigrantes y ahora compramos siderúrgicas y grupos de comunicación»[151]. El Grupo Zeta tuvo que emitir un comunicado público para desmentirlo.

Zeta prácticamente entregó en 2008 la gestión del grupo a su principal acreedor —La Caixa— mediante un acuerdo que le impedía vender sus cabeceras más emblemáticas hasta que no condonase su millonaria deuda. En septiembre se contrató a Juan Llopart como presidente de la comisión ejecutiva, un hombre del entorno de La Caixa cuya misión era reflotar la empresa como fuera. Se estimaba que había una caída de ingresos del orden del 30 por 100 y que las medidas empresariales debían de ser muy severas. Lo que sí permitió La Caixa fue la venta de negocios anexos. De esta manera, vendieron las emisoras de radio a Blas Herrero (Grupo Radio Blanca), *La Voz de Asturias* a Público, la gestión comercial a Prisa y su 20 por 100 del gratuito *20Minutos* a Shibsted.

En marzo de 2009, el Grupo Zeta firmó un crédito sindicado de 245 millones de euros con 24 entidades financieras que permitió la refinanciación de su deuda y hacer frente a los costes de reestructuración, incluido un ERE pactado en febrero de ese año y que significó la salida de una cuarta parte de la plantilla. El crédito suscrito con el conjunto de estas entidades, encabezadas por el Banco Popular, La Caixa y Banco Sabadell, tiene una duración de cinco años. Llopart se ha empeñado en recortar costes y reestructurar la empresa antes de 2011, tres años antes de que venza el crédito sindicado. Poder dentro del grupo no le va a faltar, el hombre de La Caixa escalaría al consejo de administración en julio de 2009.

ERE

La dirección de Zeta presentó en noviembre de 2008 un plan que incluía una política de desinversiones, un reajuste de plantilla y una dura política de recorte de gastos. Como consecuencia, la dirección y los empleados negociaron un ERE en febrero de 2009 que contemplaba la salida de 442 empleados de los cerca de 2.300 que componen la plantilla del grupo. Por parte de Zeta las negociaciones las llevó el entonces director de *El Periódico*, Rafael Nadal. No le costaría mucho contar con el apoyo de la Generalitat Catalana, su hermano, Joaquim Nadal, era el consejero de Política Territorial y Obras Públicas. Un año después, en febrero de 2010, Rafael Nadal abandonaría el Grupo Zeta y pasaría a ser director del principal periódico de la competencia, *La Vanguardia*.

La situación económica de Zeta no deja de caer en picado. En octubre de 2009 cerraba el periódico deportivo zaragozano *Diario Equipo*. El resultado de esta

decisión dejaba a 10 trabajadores, director incluido, en la calle, después de que ya habían salido del rotativo seis personas tras la aplicación de un ERE el mes de abril anterior. Ese mismo mes dejaba prácticamente desmantelada su productora de cine On Pictures. Se intentan mantener algunos periódicos con todo tipo de acuerdos y formatos: *El Periódico de Extremadura* se distribuye conjuntamente con *Público*; *El Diario de Córdoba* tiene un 25 por 100 en manos de CajaSur, entidad que fue intervenida por el Banco de España en mayo de 2010 generando todavía más incertidumbre sobre su futuro. En abril de 2010, Zeta planteaba a los trabajadores de sus imprentas una reducción de 50 empleados de los 130 que tiene la planta de impresión del grupo en Parets de Vallès y un recorte de salario.

En la actualidad Zeta se está centrando en prestar servicios externos a otros grupos e ir vendiendo sus propios medios de comunicación. Llegó a un acuerdo en 2009 con Prensa Ibérica para la comercialización conjunta de la publicidad en internet. En 2010 llegó a otro acuerdo similar con Prisa, si bien la Comisión Nacional de la Competencia abrió en mayo de ese año un expediente a ambos grupos empresariales al considerar que la creación de una compañía entre Prisa y Zeta para comercializar espacios publicitarios en prensa escrita e internet «no era una concentración económica conforme» y podría ir contra la competencia[152]. Mientras tanto, los rumores no cesan respecto a otras ventas, por ejemplo *Mediterráneo* a Vocento o *El Periódico* a Imagina, con los que tampoco se llegó a ningún acuerdo. En enero de 2010 también se frustraron las conversaciones para venderlo a Prensa Ibérica.

Nombres propios

Antonio Asensio Pizarro

Aunque desarrolló toda su vida profesional como empresario de la comunicación, Asensio estudió Ingeniería Industrial. Su comienzo en el sector editorial se debió a la muerte de su padre, en 1965, cuando tuvo que hacerse cargo del pequeño taller familiar de fotocomposición y mecánica. Fue socio y amigo personal de los grandes empresarios españoles de los ochenta, desde Manuel de la Rosa[153] a Mario Conde, quienes acabarían en prisión por

diferentes escándalos. La clave de su éxito empresarial fue su audacia y estrategia de relaciones. Asensio siempre intentó ganarse la simpatía de todo el espectro político, sobre todo de los cercanos al Gobierno. El periodista Pablo Sebastián cuenta que en 1986, siendo director de *Interviu*, Asensio los convocó para decirles que, ante la promesa del Gobierno de Felipe González de darle una concesión de televisión, había que ayudar al Ejecutivo en el referéndum de la OTAN[154]. El periodista de *Interviú* Santiago Miró reveló tras la publicación en su revista de varios reportajes críticos con el ministro de Exteriores Abel Matutes, que éste le dijo «que había ofrecido dinero a Asensio para sus proyectos periodísticos», gracias a lo cual logró que en Zeta nunca más se hablara de él[155]. Años más tarde, cuando su imagen resultaba demasiado cercana al Partido Socialista, Asensio se asoció con Luis María Anson para sacar el periódico conservador *La Razón*. Miró cuenta también que en 1995, cuando se percibía la llegada del PP al gobierno, Asensio tomó la decisión de «prevenir a los directores del Grupo Zeta para que apoyen a ese partido», mientras en Cataluña, *El Periódico de Catalunya* «se vuelca constantemente en Pujol», sabedor del papel decisivo que iba a tener Convergència i Unió (CiU) después de las elecciones.

Asensio siempre supo tener íntimas amistades en diferentes partidos políticos. Son de destacar Pasqual Maragall y Eduardo Zaplana. Antes de las elecciones autonómicas valencianas de 1995, Asensio mantuvo contactos con el candidato del Partido Popular «para elaborar el borrador de un acuerdo que permitiera a Antena 3 de Televisión gestionar diversas áreas de la Radiotelevisión Valenciana»[156]. No olvidemos que el PP siempre ha mantenido su objetivo de privatizar las televisiones autonómicas. En esa misma época Antena 3 TV tenía contratado como asesor jurídico a Miquel Roca, hasta hace poco secretario general de CiU[157].

Respecto a su periodo al frente de Antena 3 TV, Miró afirma que Asensio no tenía ni la menor noción de programación y adolecía de un desconocimiento absoluto de la coyuntura política. Eso sí, disponía de su propio ascensor privado que le subía a la sexta planta del edificio de la calle O'Donnell 12, sin necesidad de tener contacto con los propios empleados. Este periodista de Zeta recuerda su gran ostentación en la década de los noventa[158]:

Como parte de su estrategia, Asensio suele aparentar mucho más de lo que es.

Antes de que los grandes banqueros de este país tuvieran un avión, él ya tenía el suyo. Transavitation, empresa de aviación creada por él, con sus dos aviones Falcon 362 con cabida para doce personas cada uno, que factura unos 80 millones (de pesetas) al año a Antena 3 de Televisión. […] Llega a Puerto Banús precedido de dos coches de guardaespaldas por delante y dos más por detrás, como si fuera un jefe de Estado, para darse una vuelta en uno de los tres barcos que tiene. Los mismos jeques árabes que veranean en la zona no alardean tanto[159].

A Asensio sus empresas le han servido para usos estrictamente particulares, como Coordinadora de Servicios, S.A. que pasaba en 1995 una factura de unos 70 millones de pesetas al año por el alquiler de la casa del barrio madrileño de La Moraleja que Antena 3 TV pagaba religiosamente[160].

Antonio Asensio Pizarro falleció el 20 de abril de 2001, a los cincuenta y tres años tras una larga enfermedad. Su hijo, Antonio Asensio Mosbah, es hoy el presidente del Grupo Zeta.

Juan Llopart

Nacido en Barcelona en 1950, se incorporó al Grupo Zeta como presidente de la comisión ejecutiva en octubre de 2008. El diario *Expansión* publicó entonces un benévolo perfil suyo titulándolo «Duro capitán al timón de Zeta»[161]. Explica que lo llamó Antonio Asensio Mosbah en persona y le pidió ayuda para reflotar su grupo editorial. Sólo necesitó un mes para exigir el despido de 533 trabajadores de un total de 2.200 empleados.

Llopart ha intermediado decenas de operaciones empresariales en España, entre las que destacan la entrada del grupo francés Elior en Áreas; la venta de Laboratorios Vita a Procter & Gamble y la venta de Ferrovial Inmobiliaria a Habitat. No tenía ninguna experiencia en medios de comunicación; asegura que lo que más le sorprendió del sector «fue descubrir algo que se llama Estudio General de Medios (EGM) y Oficina de Justificación de la Difusión (OJD)»[162].

Su padre era propietario de varios negocios, entre ellos Exclusivas Llopart, una empresa que vendía maquinaria para hacer prefabricados de hormigón. Cursó Económicas y Derecho en la Universitat de Barcelona (UB) y compaginó sus estudios con el negocio familiar comprando máquinas en Italia y vendiéndolas

en Extremadura, Zamora, Salamanca y Galicia. En esa época tejió contactos con empresarios italianos y aprendió el idioma, que con los años le sería útil en su relación con el empresario italiano Carlo de Benedetti y en su aventura en la financiera Cofir. Tras una estancia en EEUU se incorporó a Banca Jover como director de la sucursal en Passeig de Gràcia. Fue cuando conoció a Isidro Fainé, entonces director general del banco y hoy presidente de La Caixa.

Pasaría a trabajar con Benedetti para crear la financiera Cofir en España de la mano de los Albertos. Llopart explica que durante este periodo se divirtió, algo que espera poder hacer en Zeta: «Comprábamos empresas, las hacíamos crecer, y vendíamos»[163]. NH Hoteles, Bodegas Berberana y Sotogrande fueron algunas de las posesiones de Cofir. Claro que en esa etapa como consejero delegado de Cofir (1992) —cuando decía que «se divirtió»— estuvo imputado en una presunta estafa de miles de millones de pesetas cometida por la firma Macosa en la venta de unos terrenos próximos a la Villa Olímpica de Barcelona, a la empresa Kepro. Cofir era propietaria de parte de las acciones de Macosa[164]. De ahí, gracias a su amistad con Fainé, Llopart se pone al frente del proyecto de CaixaBank, un intento de La Caixa de crear una nueva marca, pero que terminó por desaparecer. Después fue vicepresidente ejecutivo de la filial francesa CaixaBank. Diversos analistas coinciden en que Llopart es el hombre de confianza de La Caixa colocado en Zeta por exigencia de este banco ante la deuda de más de 100 millones que tiene el grupo fundamentalmente con esa entidad[165].

Según denunciaron los sindicatos de *El Periódico*,

> la trayectoria de Juan Llopart está plagada de puntos oscuros, con procesos judiciales, imputaciones y grandes escándalos financieros. Hace veinte años, fue imputado en el caso Macosa, una gran estafa urbanística por valor de doce mil millones de pesetas en los actuales terrenos de Diagonal Mar, donde también se vieron implicados Pedro Fontana (director de operaciones del Comité Olímpico de Barcelona 92) y el empresario John Rosillo de Kepro. El juez Pascual Estevill, posteriormente procesado por soborno, exigía comisiones a los imputados para cerrar las investigaciones relacionadas con el caso. Nada limpio. Su carrera profesional se desarrolló al lado de nombres tan

> honorables como Javier de la Rosa, Alberto Cortina y Alberto Alcocer, todos ellos condenados por delitos de guante blanco[166].

La influencia de Juan Llopart en el Grupo Zeta es tan importante que sustituyó en 2009 a Antonio Asensio hijo como miembro del consejo de administración de la empresa de caramelos Peta Zetas, propiedad al 50 por 100 de la familia Asensio[167]. En mayo de 2010 Llopart lideró las negociaciones para la venta, por 10 millones de euros, de la participación de los Asensio.

CAPÍTULO VI
Godó

PRENSA

Diarios *(La Vanguardia, Mundo Deportivo*[168]) y publicaciones especializadas *(Vanguardia Dossier y Vanguardia Grandes Temas)*.

Hasta el 27 de noviembre de 2009, el Grupo Godó poseía el 40 por 100 del diario catalán *Avui* (el resto era 40 por 100 Planeta y 20 por 100 Generalitat a través del Institut Català de Finances, juntos formaban la empresa Corporación Catalana de Comunicación). Ese día, Hermes Comunicación, la empresa editora del diario *El Punt*, compró todas las acciones del diario. En abril de 2010 los nuevos propietarios anuncian su intención de despedir a la mitad de la plantilla.

REVISTAS Y SUPLEMENTOS

Magazine (propiedad de Prensa Ibérica y Godó), *Interiores, Interiores práctica, Mujer vital, Historia y vida, La Revista dels Súpers, Playboy, Què Fem?, Conocer la Ciencia, Cocinas y Baños, Living Deco, Tvmanía, Salud y vida y Guías QF.*

Godó creó en 1997 Prisma Publicaciones. En la actualidad posee el 50 por 100 de las acciones, el otro 50 por 100 pertenece a Planeta. Prisma edita la mayoría de las revistas citadas[169].

RADIO

RAC 1, RAC 105 FM y Unión Radio.

Unión Radio ha estado participada en un 20 por 100 por el Grupo Godó y un 80 por 100 por Prisa. En 2008 aprobó la entrada en su accionariado, mediante una

operación mixta de compra de acciones y ampliación de capital, del fondo británico de capital privado 3i, con una participación del 16,63 por 100[170].

SERVICIOS AUDIOVISUALES Y TELEVISIÓN

8tv (para Cataluña), Canal Metro (para el metro barcelonés) y GDA Pro (productora).

PUBLICIDAD

Publipress Media (central publicitaria del grupo).

SERVICIOS

Empresas de servicios del Grupo Godó: Summa Servicios, Marina Press Distribuciones, y Distribución y Reparto[171].

Intervención social

Fundación Conde de Barcelona, presidida por el rey. Ha creado el Premio Internacional Conde de Barcelona, el Premio Godó de Periodismo y el Premio Godó de Fotoperiodismo. Un ejemplo del objetivo político del galardón fue su concesión al periodista José Antonio Zarzalejos por un artículo de 1996 que propugnaba el entendimiento entre el PP, ganador de las elecciones aquel año, y los nacionalismos.

El Grupo Godó impulsa actos culturales, sociales, económicos y deportivos. Organiza actividades en el Centre de Cultura Contemporània, en la Fundació Miró, Fundació Tàpies, del Grec, l’Auditori, el Teatre Nacional de Catalunya o los festivales de verano de Perelada y de Cap Roig. Destacan el Trofeo Conde de Godó de Tenis, el Trofeo Conde de Godó de Vela, la Gran Gala del Deporte, el Trofeu Campions, la carrera Jean Bouin, el Premio *La Vanguardia* a los mejores anuncios o el Prix Pyrenées junto con la Cámara de Comercio Francesa de Barcelona. En el terreno de la economía participa activamente en la celebración del salón Barcelona Meeting Point, el Salón Internacional de la Logística o en las sesiones de Matins Esade y en los desayunos de Pricewaterhouse.

Accionistas

El Grupo Godó de Comunicación, S.A. es propiedad de Javier Godó Muntanola —presidente del grupo— con un 98 por 100 de las acciones, y de su hijo Carlos Godó Valls —consejero delegado—, con el 2 por 100 restante. Javier Godó, Conde de Godó (Barcelona, 1941), pertenece a la cuarta generación de una familia de la oligarquía empresarial catalana.

La Vanguardia

La Vanguardia, considerado el buque insignia del Grupo Godó de Comunicación, se imprime diariamente en Barcelona, Madrid y Bélgica[172]. Su historia comienza el 1 de febrero de 1881, cuando dos empresarios de Igualada, los hermanos Carlos y Bartolomé Godó Pié sacaron a la calle el primer número del diario. Definido entonces como «Diario político de avisos y noticias», nació como órgano de expresión de una fracción del Partido Liberal de Barcelona, que aspiraba a conseguir la alcaldía de la ciudad. El 31 de diciembre de 1887 dejó de publicarse como órgano de partido y al día siguiente se presentó un nuevo formato, con doble edición de mañana y tarde. Seguiría al frente de la empresa Ramón Godó, quien moriría en 1931, siendo sucedido por su hijo Carlos.

Los Godó y el franquismo

El 19 de julio de 1936, estalló la Guerra Civil en Barcelona y la Generalitat se incautó del diario. Durante aquel periodo, *La Vanguardia* fue el principal órgano de expresión, primero del Gobierno de la Generalitat, y más tarde del de la República, al instalarse el Gobierno central en Barcelona. Si bien la línea de *La Vanguardia* era de defensa absoluta de la legalidad republicana, se trataba más del resultado de la incautación del diario por la Generalitat Catalana. El 27 de enero de 1936, al día siguiente de la entrada de las tropas franquistas en Barcelona, *La Vanguardia* apareció embriagada de entusiasmo con el titular a toda plana en portada: «Barcelona para la España invicta de Franco». Como subtítulo: «En este momento histórico *La Vanguardia* dice “Presente”». En el texto se podía leer lo siguiente:

LA VANGUARDIA reanuda hoy su publicación recuperando el ritmo perdido hace dos años y medio. […] El glorioso Ejército liberador del Generalísimo, que con tan natural heroísmo ha llevado a cabo la gesta ingente de nuestra liberación, ha de darnos, la tónica. Simplemente, la actitud de LA VANGUARDIA liberada ha de ser esta, por hoy: decir «¡Presente!». Aquí está de nuevo el veterano diario para defender los postulados que han sido carne de su carne y entraña de su entraña, los añejos ideales eclipsados por esa ola de locura que lo ha envuelto todo durante los últimos treinta meses, por esa pesadilla horrenda de la que acaba de sacarnos con sin igual heroísmo el Ejército salvador de Franco[173].

LA VANGUARDIA

BARCELONA
Año LV. - Número 22.575

FUNDADORES: D. CARLOS Y D. BARTOLOMÉ GODÓ
Oficinas: Pelayo, 28 - Teléfono 14135

Viernes 27 de enero de 1939

Diario al servicio de España y del Generalísimo Franco

Barcelona para la España invicta de Franco

En este momento histórico LA VANGUARDIA dice: "¡Presente!"

LA VANGUARDIA reanuda hoy su publicación recuperando el ritmo perdido hace dos años y medio. La grandeza histórica del momento en que vivimos no es clima propicio a exaltaciones desmesuradas. El glorioso Ejército liberador del Generalísimo, que con tan natural heroísmo ha llevado a cabo la gesta ingente de nuestra liberación, ha de darnos la tónica. Simplemente, la actitud de LA VANGUARDIA liberada ha de ser esta, por hoy: decir «¡Presente!» Aquí está de nuevo el veterano diario para defender los postulados que han sido carne de su carne y entraña de su entraña, los añejos ideales eclipsados por esa ola de locura que lo ha envuelto todo durante los últimos treinta meses, por esa pesadilla horrenda de la que acaba de sacarnos con sin igual heroísmo el Ejército salvador de Franco.

Tiempo habrá para volver sobre el pasado ignominioso. Ahora sólo cabe en nuestros pechos el júbilo de la liberación y el deseo ardiente de servir a España, a la España inmortal, a la España eterna, simbolizada por esa invicta bandera bicolor que ayer, con lágrimas en los ojos, vimos ondear los barceloneses sobre nuestras cabezas abatidas por tantos infortunios.

Salimos a la calle como podemos. Una de las últimas gestas de los fugitivos fué destrozar nuestra maquinaria. Jefes del glorioso Ejército Nacional y corresponsales de Prensa al servicio de España han podido comprobar por sus propios ojos, en la visita con que nos honraron anoche, esa última muestra de cultura, de amor al obrero y a los instrumentos de trabajo que han dado en su huída los representantes de la autoridad roja. Y no se crea tibia nuestra reacción. Es que hace mucho tiempo hemos agotado la capacidad de indignarnos, y sabemos dar por bien sufrido todo lo sufrido si ello sirvió para conducirnos a este glorioso renacer que estamos viviendo.

Por hoy, borremos el pasado. Es la hora del júbilo primero y la hora de incorporarnos, con la máxima buena voluntad, a la obra ingente de reconstrucción que lleva a cabo el glorioso Ejército Nacional. A su servicio estamos, como un soldado más, dispuestos a ocupar el puesto que se nos designe.

¡Viva España! ¡Arriba España! ¡Viva el Generalísimo Franco!

Primera página de La Vanguardia el día de la entrada de las tropas franquistas a Barcelona.

LA VANGUARDIA

ESPAÑOLA

BARCELONA
Jueves 18 de julio de 1940

15 cts. (con el suplemento gráfico)
REDACCIÓN Y ADMINISTRACIÓN:
Pelayo, 28. - Teléfono 14135

FUNDADORES: DON CARLOS Y DON BARTOLOMÉ GODÓ — Año LVI. - Número 23.033 — DIRECTOR: LUIS DE GALINSOGA

¡ACORDAOS, ESPAÑOLES!: HOY HACE CUATRO AÑOS

Gracias al Generalísimo Franco, al frente del Ejército, España está en pie, soberana de sus Destinos inmortales

Aunque el corazón no latiese...

NUESTRA OFRENDA

LA VANGUARDIA ESPAÑOLA

Primera página de *La Vanguardia* con motivo del cuarto aniversario de la sublevación franquista.

Tras la victoria del bando franquista, el Gobierno puso a la familia Godó dos condiciones para poder recuperar el periódico: cambiar su histórica cabecera por la de *La Vanguardia Española* y aceptar al director nombrado por el Gobierno.

Carlos de Godó y Valls estuvo de acuerdo y llegaría a ser procurador en Cortes por designación de Franco. Sin embargo, el discurso de la página web oficial del Grupo Godó señala que, en los últimos años del franquismo *La Vanguardia* «apoyó el cambio democrático, la instauración de la monarquía y el restablecimiento de la Generalitat de Catalunya. Hasta que el 11 de agosto de 1978 recuperó su auténtico nombre: *La Vanguardia*».

La Vanguardia justificó y apoyó el golpe militar de 1936 del general Franco contra el Frente Popular, no sólo el día de la entrada de los sublevados en Barcelona, la portada del 18 de julio de 1940, ya en propiedad de la familia Godó, llevaba a toda plana el siguiente subtítulo y título: «¡Acordaos españoles! Hoy hace cuatro años», «Gracias al Generalísimo Franco, al frente del Ejército, España está en pie, soberana de sus Destinos inmortales».

Según publicaba ese día el diario del Grupo Godó, el Gobierno del Frente Popular, democráticamente elegido, había violado la Constitución, siendo necesario su derrocamiento por parte del alzamiento nacional para recuperar la legalidad: «La horda era dueña de la calle, de las fábricas, de los bancos, de la vida y de las haciendas, en fin, de los ciudadanos de España: en el Gobierno había una gavilla de forajidos…»[174]. No fue la última primera plana apologética de Franco. El día después de la muerte del dictador, en la primera página de tipografía de *La Vanguardia*, apareció una fotografía de una audiencia concedida por Franco en su despacho a Carlos Godó, que incluía un breve artículo escrito por el propietario del periódico bajo el título «Una obra extraordinaria que ha cambiado radicalmente a España». Éste es el texto íntegro:

La profunda emoción que siento por la pérdida del Caudillo de España, Generalísimo Franco, viene condicionada por la obra extraordinaria que ha cambiado radicalmente a España en unos pocos años, si bien personalmente aumenta, por los sentimientos de amistad que me había siempre demostrado y que venía ratificada por el nombramiento con que he sido honrado en dos ocasiones como procurador en Cortes de designación directa del Jefe del Estado.

Es difícil, en unas pocas líneas, dar una idea de lo que ha representado el Caudillo en la vida de España, porque en cualquier orden que se considere, vemos el progreso inmenso que han representado estos años en los cuales nuestro país ha pasado de ser una nación de segundo orden a situarse junto a los países más industrializados y de mayor rango cultural.

Con lágrimas en los ojos he escuchado esta mañana la alocución de nuestro presidente, don Carlos Arias Navarro, quien, visiblemente emocionado, nos ha leído el último mensaje de Franco y no solamente yo, sino las personas que estaban a mi lado, no han podido contener la emoción que la lectura les ha producido.

Me siento orgulloso de pertenecer y formar parte de la España de Franco. Y, en el tiempo que me quede de vida, he de recordar siempre la fecha histórica del día de hoy, dolorosa para todos los españoles, a cuyas plegarias uno las mías por el eterno descanso del alma de nuestro querido Caudillo[175].

Carlos Barrera y Anna Nogué i Regàs en su trabajo «La transición periodística, ideológica y empresarial de *La Vanguardia* (1975-1982)»[176], repasan con rigurosidad el debate que se desarrolló en el interior del periódico tras la muerte de Franco para adaptarse a la nueva situación política del país. Según estos autores:

> Las dudas, reticencias y ambigüedades del propietario de *La Vanguardia* hacia la apertura democrática se pusieron especialmente de relieve en los primeros años de la transición. Así lo avalan variadas cartas que envió al director del diario sobre contenidos que de algún modo podían dar pábulo al comunismo o al nacionalismo exacerbado: por ejemplo, en febrero de 1976 por la cobertura informativa de un recital de Raimon, en septiembre por un editorial laudatorio de la labor de gobierno de los socialdemócratas en Suecia, en diciembre de ese mismo año por el uso de topónimos en catalán, y en abril de 1977 por permitir escribir al líder del PSUC Gregorio López Raimundo una defensa de su programa electoral.

Finalmente el pragmatismo empresarial se impuso y Javier Godó, III Conde de Godó e hijo de Carlos Godó, durante su presidencia de *La Vanguardia* recibió de manos del rey, en julio de 2008, el título de grande de España «por su fidelidad a la Corona y por su defensa de las libertades democráticas» para unir a su título nobiliario. Por su parte, el Ayuntamiento de Barcelona concedió a *La Vanguardia* la Medalla d’Or de la Ciutat por cumplir 125 años y ser el decano de la prensa catalana[177]. Juan Carlos de Borbón destacó en la cena de gala en el Saló Oval del Palau Nacional de Catalunya, «la independencia y el rigor del diario». El

columnista de prensa y catedrático de Economía Vicenç Navarro, fue una de las personas que tuvo que exiliarse durante la dictadura. En 2002 recibió el Premio Anagrama de Ensayo por su libro *Bienestar Insuficiente, Democracia Incompleta. De lo que no se habla en nuestro país*. Y una de las cosas de las que no se habla es de la connivencia de los medios de comunicación actuales con el franquismo. Navarro afirma que la familia Godó, propietaria de *La Vanguardia*, colaboró extensamente con la dictadura fascista. El diario *La Vanguardia* se llamaba *La Vanguardia Española*, y fue siempre el portavoz de la burguesía catalana que apoyó extensamente la dictadura. Nunca informó sobre las enormes atrocidades y salvajadas que ocurrieron bajo aquel régimen. Era y continúa siendo un foro monárquico en el que ni una vez ha habido una voz crítica al monarca, a la monarquía o a favor de la república. Esto es lo que *La Vanguardia* entiende por libertad de expresión[178].

El escándalo de las escuchas ilegales

En 1995 la justicia procesó a Javier Godó, a su secretaria y a 16 personas en total, por crear una red de escuchas ilegales con el objetivo de seguir y vigilar a numerosas personalidades de la vida política y económica española. También se le acusaba de falsificar un documento mercantil para ocultar ese objetivo. El fiscal pidió para el conde de Godó cinco años de cárcel —por falsedad— y dieciocho meses de arresto —por las escuchas—. El origen del escándalo se remontaba a noviembre de 1993. Según el relato de los fiscales, Javier Godó contrató a miembros del CESID, la agencia española de inteligencia, para que investigara y obtuviese información de personas que el editor de *La Vanguardia* consideraba «antagonistas» en sus actividades empresariales. El episodio más destacado se refería a que el entonces director general de los servicios secretos españoles, Emilio Alonso Manglano, puso en contacto a Javier Godó con uno de sus agentes, el coronel Fernando Rodríguez González, a quien se consideró el máximo responsable de la trama de escuchas[179]. En el despacho que ocupaba Rodríguez González en el diario, la policía encontró 15 documentos de los servicios de inteligencia españoles clasificados como secretos y confidenciales.
Según publicaron José Díaz Herrera e Isabel Durán en su libro *Los secretos del poder*[180],

> Los espías contratados por Godó [colocaron] micrófonos en la casa del secretario del consejo de administración de la sociedad, Rafael Jiménez de Parga. Al director de la cadena, Manuel Martín Ferrand, le instalan un transmisor en el Volvo que utiliza para desplazarse desde su casa de Pozuelo de Alarcón hasta San Sebastián de los Reyes, donde se encuentra la sede de Antena 3 TV. En las oficinas de los directivos de la cadena televisiva y en la sala de juntas se colocan también sistemas de escucha de ambiente. Los espías controlan de esta manera todas las entrevistas de Javier Godó con Mario Conde, Jesús Polanco y Antonio Asensio.

Para Díaz Herrera y Durán, prácticamente nadie relevante de la política, la judicatura y la empresa de aquella época se libró del espionaje de la red: desde dirigentes de CiU, al empresario Javier de la Rosa o el alcalde de Barcelona Pasqual Maragall. En la agenda de los espías figuraban también el fiscal general del Tribunal Superior de Justicia de Cataluña, Carlos Jiménez Villarejo; el presidente de Inciativa per Catalunya, ministros y hasta el juez de la Audiencia Nacional Baltasar Garzón[181].

La acusación de falsedad en documento mercantil se basaba en que, para pagar el sistema de escuchas, Javier Godó estableció un contrato mediante la sociedad Aquarius Internacional S.R.L., con sede en Roma, para emitir facturas por servicios biográficos de personalidades italianas. En total Aquarius Internacional emitió y cobró facturas por un total de 27.600.000 pesetas, con cheques a nombre de Gabriel García Sánchez, en teoría representante en España de la sociedad italiana que, en realidad, correspondía a la identidad falsa tras la que se ocultaba uno de los espías encargados de las escuchas, Miguel Ruiz *El Lobo*, un ex agente del CESID que en los años setenta se infiltró en la cúpula de ETA. Finalmente la justicia terminó absolviendo a Javier Godó y a su secretaria. Sin embargo la sentencia consideró probado que Miguel Ruiz *El Lobo* y seis acusados más, algunos de ellos componentes del equipo de seguridad de *La Vanguardia*, realizaron ocho intervenciones telefónicas ilegales a empresarios y directivos del diario. En la sentencia también se considera probado que el editor del rotativo catalán encargó a Miguel Ruiz, como componente de su servicio de seguridad, que obtuviera informaciones de las actividades personales y profesionales de personas que Javier Godó consideraba «antagonistas en sus

actividades empresariales». El texto de la sentencia dejó sin aclarar quién ordenó las escuchas de las personas que Godó ordenó seguir e investigar. «Sin que conste acreditado —dice la sentencia— que Javier Godó y Gemma Guillén, tuvieran conocimiento de ello, para obtener más información, Miguel Ruiz y José Manuel Trujillo (otro de los condenados) ordenaron la interceptación […] de algunas líneas telefónicas».

Despidos nulos

46 trabajadores de *La Vanguardia* denunciaron en los juzgados irregularidad en los despidos y prejubilaciones que aplicó el diario en agosto de 2009. En abril del año siguiente, prácticamente todos recibieron sentencias favorables de los tribunales. Los jueces obligaron al Grupo Godó a readmitir a los trabajadores y a pagarles los salarios de tramitación generados los últimos meses. La intención original del Grupo Godó era aplicar el ERE a 90 personas; como no hubo acuerdo con los trabajadores, la empresa lo presentó ante la Conselleria de Trabajo de la Generalitat, la cual dio el visto bueno pero rebajó el número de despidos a 46. Finalmente la justicia los anuló por no encontrar razones económicas que justificaran esa reducción de plantilla. Los sindicatos denunciaron que, «con los datos presentados, un ERE sólo podría entenderse como un intento de vaciar la empresa para entregar las funciones que ahora hacen los trabajadores de *La Vanguardia* a otras empresas del Grupo Godó, donde el coste salarial es más bajo»[182], lo cual, según recordaron, es ilegal.

125 aniversario

Los positivos datos de la OJD sobre las ventas del diario en el año 2006 coincidieron con el 125 aniversario de *La Vanguardia*, que tuvo lugar el 1 de febrero de ese año. Los actos conmemorativos fueron presididos por los reyes de España en lo que sirvió para mostrar la capacidad del Grupo Godó de congraciarse con los poderes políticos y económicos. A la cena de gala acudieron más de 1.200 personalidades representativas del mundo social, político, económico, cultural, artístico y deportivo de Cataluña y del resto de España. Dos jefes de Estado, los presidentes del Parlamento Europeo, del

Congreso de los Diputados y del Parlament, ocho ministros, cuatro presidentes autonómicos y una gran representación de la oligarquía política y económica hicieron que el acto pasase a la historia de Barcelona como el de mayor representación de la sociedad política, cultural y empresarial conseguida nunca por una empresa privada. Incluso empresarialmente Godó se las ha arreglado para ser socio de todos. Ha manejado una línea editorial conservadora al estilo *ABC*, tiene de socio en la radio al grupo Prisa (Unión Radio) y en las revistas al Grupo Planeta (editorial Prisma). De modo que la historia de la familia Godó es la de una familia siempre a bien con quien mandase: con Franco durante la dictadura que nombró procurador a Carlos Godó; con el rey que concedió a su hijo, Javier Godó, el título de Grande de España por la defensa de las libertades democráticas; y con la Generalitat Catalana con la que compartió la propiedad del diario *Avui* hasta noviembre de 2009. Desde esa adhesión inquebrantable al poder se interpreta la felicitación que el periódico del Grupo Godó hizo a la directora de TV3 por la decisión de suspender la emisión del documental *¿Monarquía o República?*, encargado por la propia televisión autonómica y que no gustó a la dirección porque se recogían declaraciones de partidarios de la república: «La objetividad y el rigor que debe ofrecer la actuación de toda la televisión pública han llevado a suspender la emisión de un documental sobre la República y la Monarquía que requería "un enfoque distinto"»[183]. Sin duda de objetividad y rigor sabe mucho el periódico *La Vanguardia*.

CAPÍTULO VII
Prisa

Según su página web, Promotora de Informaciones, S.A. (Prisa) es el primer grupo de medios de comunicación en los mercados de habla española y portuguesa, líder en educación, información y entretenimiento[*]. Presente en 22 países, principalmente en América Latina, Brasil, Portugal y Estados Unidos.

Nacido en 1972, Prisa está configurado en cuatro grandes áreas de negocio: Edición-Educación-Formación, Prensa, Radio y Audiovisual, a la que se une una unidad digital que opera a nivel transversal[184]. Una prueba de su influencia la encontramos en una afirmación del vídeo corporativo que difunden en su web oficial: «Cincuenta millones de personas descubren el mundo cada día a través del Grupo Prisa»[185], o dicho de otra manera, el mundo, para 50 millones de personas, es tal como lo presenta Prisa. El Grupo Prisa, dada su excepcional importancia empresarial, su capacidad de influencia mediática y su estrategia de apostar a conseguir la mayor capacidad de influencia política y social, se ha encontrado siempre en el ojo del huracán del debate político y mediático. En otros capítulos hemos analizado algunos acontecimientos en los que Prisa ha tenido un papel protagonista, como el conflicto de plataformas digitales y las dos denominadas guerras del fútbol (véase capítulo Antena 3 y Mediapro).

Prensa diaria

El País. Es el diario español de mayor difusión e influencia. Su primer número apareció el 4 de mayo de 1976.

As. Diario deportivo. Se edita desde 1996.

Cinco Días. Diario económico.

Revistas

Bajo la empresa Progresa (Promotora General de Revistas) edita desde 1987 revistas propias y para terceros. Participa en más de 30 cabeceras en el mercado español. Entre ellas destacan: *Cinemanía, Rolling Stone, Gentleman, La Revista 40, Claves, Car, Business Traveller (Cinco Días)*, y *Art&Co*, la revista oficial de la feria internacional de arte ARCO. Edita el *Anuario de El País* y el *Anuario de los Vinos*. También elabora revistas para grandes empresas, por ejemplo *Europa* (Air Europa), *La Caja* (Caja Madrid), *En Punto* (Renfe), Azul Marino (Acciona), *Viajeros Barceló* (Grupo Barceló), entre otras[186].

Radio

Unión Radio. Afirma que es el mayor grupo radiofónico de habla española con más de 1.250 emisoras entre propias y asociadas distribuidas por España, Estados Unidos, México, Colombia, Costa Rica, Panamá, Argentina y Chile. Hasta 2008 estaba participada en un 80 por 100 por Prisa y en un 20 por 100 por el Grupo Godó. Ese año se aprobó la entrada en su accionariado, mediante una operación mixta de compra de acciones y ampliación de capital, del fondo británico de capital privado 3i, con una participación que llegaría hasta el 16,63 por 100. El objetivo era impulsar el desarrollo de la compañía radiofónica en América Latina y en especial en el mercado hispano de Estados Unidos.

En España, Unión Radio cuenta con la Cadena SER como buque insignia, que suma 499 emisoras entre propias, asociadas y afiliadas. Completan la oferta cinco cadenas musicales: Los 40 Principales, Cadena Dial, M-80 Radio, Radiolé y MáximaFM, y una fórmula deportiva, Ona Catalana.

Música

Gran Vía Musical (GVM). Centra su actividad en la promoción y producción de eventos musicales, y en el seguimiento de carreras artísticas a través de Planet Events, así como en los derechos editoriales musicales con Nova y Lirics & Music.

A comienzos de 2008, GVM adquirió una participación mayoritaria en la empresa española de representación y contratación artística Rosa Lagarrigue Management (RLM), que cuenta con músicos como Alejandro Sanz, Miguel Bosé, Marlango, Revólver, Raphael, Paloma San Basilio y Alberto Iglesias, y de

la compañía Merchandising On Stage (MOS), dedicada a la gestión integral de los derechos de artistas y marcas relacionadas con el mundo del ocio y entretenimiento.

Audiovisual

TELEVISIÓN DE PAGO

A través de la plataforma por satélite Digital+. Su oferta incluye más de 150 canales. La empresa que lo comercializa es Sogecable, íntegramente propiedad de Prisa.

TELEVISIÓN EN ABIERTO

Cuatro. Fundada en 2006.
Su oferta en TDT incluye Cuatro, CNN+ (participada al 50 por 100 con Time Warner[187]) y 40 Latino. También a través de Sogecable.

Producción audiovisual

Sogecine. Productora de cine en España.
Sogepaq. Empresa del área de cine de Sogecable dedicada a la adquisición, gestión y comercialización de derechos audiovisuales para salas, vídeo, distribución internacional y televisión. También distribuye películas en el extranjero.
Iberbanda
Participa con un 21,69 por 100 en el capital de Iberbanda, operador de telecomunicaciones en banda ancha a través de radiofrecuencia, que ofrece servicios de acceso a internet de alta velocidad, telefonía y transmisión de datos a usuarios profesionales y particulares.

Comercial y *marketing*

Posee cuatro empresas de publicidad y *marketing*: Gestión de Medios (GdM), Box Publicidad, Sogecable Media y Prisa Innova.
Mediante la empresa GdM gestiona la publicidad no sólo en algunas cadenas de radio y televisión del grupo, sino también en otras que no lo son. Por ejemplo en televisión en las autonómicas de Andalucía, Canarias, Aragón, Galicia y

Castilla-La Mancha. Y a nivel internacional en toda la red de la CNN[188].
Santillana
Las actividades en edición, educación y formación se desarrollan a través de Santillana. Está en 22 países y sus productos son: edición de textos escolares (Santillana Educación), formación de directivos (Instituto Universitario de Posgrado-IUP), educación *on-line* (Santillana en Red), libros de idiomas (Richmond, Santillana Français, Santillana ELE, Santillana Español), la edición general (con marcas como Alfaguara, Taurus, Aguilar, Objetiva o Salamandra) y la distribución (Ítaca).

Imprenta

Posee el 40 por 100 de la imprenta Dédalo Grupo Gráfico[189].
A la vista de lo anterior, podemos coincidir con el periodista Jesús Cacho que expresaba de esta forma tan gráfica en 1999 el poder del Grupo Prisa:

> Cualquier españolito puede educarse con los libros de texto de Santillana, bailar en su juventud al ritmo de Los 40 Principales, estar informado en su madurez leyendo *El País*, invertir su dinero con la ayuda de *Cinco días*, seguir los avatares de su equipo de fútbol favorito con el diario *As*, aficionarse a la literatura con los libros de Alfaguara, salir de viaje con las guías de El País-Aguilar, tomarse unas vacaciones en los hoteles de la cadena Tropical[190], regalar discos a sus amigos comprados en las tiendas Crisol[191], animarse con el porno del viernes noche en Canal+ o ver una película producida por Sogetec en uno de sus multicines en Lusomundo[192]. Incluso, si se aburre, pasear por el Retiro madrileño con la sintonía de la SER pegada a la oreja[193].

Fuera de España

Sin lugar a dudas Prisa es el grupo español con más presencia e influencia internacional, en especial en el mundo latinoamericano. El diario *El País* es un referente mundial no sólo entre los hispanohablantes sino también en Europa, donde la prensa del continente tiene a este periódico como modelo de información sobre América Latina.

Si repasamos las empresas y medios de comunicación en los que Prisa tiene la propiedad, total o parcial, los encontramos prácticamente en todos los países latinoamericanos, excepto en los de Centroamérica, lo que convierte a Prisa en un agente político de primer orden y explica su alto nivel de intencionalidad informativa respecto a las acciones de los Gobiernos de estos países. Todo hace pensar que los cambios de accionariado y socios ocurridos en los primeros meses de 2010 se reflejarán, más si cabe, en esta intencionalidad. Su nueva relación con Telefónica y la presencia estadounidense en el accionariado del grupo —temas que más adelante trataremos— seguro que supondrán una influencia de esos intereses económicos en la línea editorial de los medios de Prisa. Repasemos ahora la presencia de Prisa por países.

Francia

En 2005 amplió al 15,01 por 100 su participación en Groupe Le Monde et Partenaires Associés (MPA), editora del rotativo francés *Le Monde*. El 21 de junio de 2010 Prisa anunció que estaba interesada en ampliar su presencia en el diario francés, y presentaba una oferta conjunta con un consorcio de empresas compuesto por *Le Nouvel Observateur* y France Telecom. El periódico francés lanzó una operación de capitalización con socios exteriores porque necesitaba varias decenas de millones de euros de dinero fresco para evitar una suspensión de pagos. Para ello contaba con dos candidatos. La integrada por Prisa tenía el apoyo del presidente conservador Nicolas Sarkozy, puesto que junto a Prisa se encontraba France Telecom, una compañía que es propiedad del Estado francés al 26 por 100 y dirigida por Stéphane Richard, un hombre de Sarkozy y ex director de gabinete de la ministra de Economía, Christine Lagarde. Sin embargo, la Sociedad de Redactores de *Le Monde* (SRM), principal accionista del grupo propietario del diario, la rechazó. El 90 por 100 de los redactores votaron a favor de otra segunda opción presentada por los tres empresarios franceses, Matthieu Pigasse, Xavier Niel y Pierre Bergé. Finalmente, el 27 de junio, la decisión definitiva del consejo de vigilancia del grupo francés *Le Monde* fue de apoyo a la oferta de los empresarios franceses y desecharon la participada por Prisa.

Portugal

Desde noviembre de 2005 Prisa es el accionista de referencia del Grupo Media Capital. Dentro de él se encuentra Media Capital Edições (MCE), que edita en Portugal las revistas *Lux, Lux Woman, Grazia, Maxmen, Casas de Portugal, Portuguese Wines Briefing, Poste*.

A través de Media Capital Radio (MCR), desarrolla sus actividades en el mercado radial de Portugal con las cadenas generalistas Rádio Clube, y las musicales Rádio Comercial, Cidade FM, Best Rock FM, Romântica FM y M80. En internet, Media Capital cuenta con el portal de radio Cotonete.

Media Capital está también en los sectores de la producción y distribución de música, con la discográfica portuguesa Farol, y la distribución de cine y DVD con la empresa CLMC.

En el área de Producción audiovisual, Prisa posee en Portugal Plural/NBP, también perteneciente a Media Capital. Esta compañía aglutina la producción de contenidos de cine y televisión para España, Portugal y Estados Unidos.

Plural Entertainment. Productora de contenidos audiovisuales de Portugal, presente también en los mercados de habla hispana.

En abierto posee los canales de televisión TVI, y TVI 24 horas.

IOL. Aglutina los contenidos en internet del Grupo Media Capital.

En su proceso de desinversiones, Prisa inició la venta de parte de sus acciones en Media Capital como veremos más adelante.

Mediante Santillana está presente en Portugal a través de Constância Editores y Editora Objectiva.

América

Además de la edición internacional de *El País*, que se imprime en México y Buenos Aires para todo el continente, en Bolivia, Prisa ha sido hasta 2009 propietaria del diario *Extra* y de *La Razón*, el de mayor peso del país sudamericano.

Grupo Latino de Radio (GLR)

Propiedad íntegramente de Unión Radio. GLR (Grupo Latino de Radio) engloba los activos de radio fuera de España. Está presente en México, Panamá, Costa Rica, Chile, Argentina y Colombia.

Estados Unidos

Posee dos emisoras de radio que emiten en español, una en la zona de Los Ángeles y en el sur de California y otra en Miami.
GLR Networks, empresa productora y distribuidora de programas y espacios comerciales con 144 emisoras afiliadas.
V-me Media Inc. Posee un 17 por 100 del accionariado. Televisión en abierto que también se distribuye por sistemas de cable.

México

En México, Unión Radio opera a través de Radiópolis, participada al 50 por 100 por Televisa. A través de sus 121 emisoras, propias y afiliadas, cuenta con tres líneas de programación fundamentales: W Radio para programación hablada, Bésame y 40 Principales para la radio musical. La edición internacional de *El País* también se distribuye en México.

Colombia

Los vínculos de Prisa con Colombia se remontan a hace varios decenios. El grupo llegó a Colombia como patrocinador de la Fundación Santillana y como un inversionista pasivo y minoritario en Caracol Radio (hoy es el accionista mayoritario). El periodista Jorge Child denunció el llamado Plan Lector, promovido por la Fundación Santillana a partir de 1991, orientado a la compra obligatoria de textos escolares (60 por 100 del total de la venta de libros), con el Estado colombiano como cliente mayoritario[194]. Para comprender cómo se consigue esto quizá pueda ayudar el dato de que en la nómina de Editorial Santillana en Colombia se incluyó a Diego Betancourt, hijo del presidente Belisario Betancourt, y lo mismo sucedió con familiares cercanos al presidente

posterior, Virgilio Barco. Cinco ex presidentes de la República de Colombia acabaron en el Patronato de la Fundación Santillana para Iberoamérica[195].

En 1999 Prisa compró el 19 por 100 de Caracol al Grupo Empresarial Bavaria. En 2002 se anuncia la firma en Bogotá de un acuerdo con este grupo empresarial para la constitución de una sociedad holding a la que ambos aportarán sus acciones de Caracol Radio y de GLR. La nueva sociedad estará participada inicialmente por Prisa en un 60 por 100 y por Valores Bavaria y otros accionistas minoritarios en un 40 por 100[196]. A partir de ahí comenzaría su expansión por el continente. En 2004 Prisa pasó a controlar el 100 por 100 del GLR. Hoy, a través de Radio Caracol, produce y distribuye en Colombia hasta 10 líneas de programación en diferentes formatos de música y radio hablada.

En el capítulo dedicado al Grupo Planeta se detalla el conflicto entre ambos grupos por el control de los medios de comunicación en Colombia.

Chile

En 2008, Unión Radio integra a IberoAmericana Radio Chile, con 140 emisoras propias, y Consorcio Radial de Chile (CRC). Además, lanzó un nuevo formato de radio hablada, ADN Radio Chile, que se unió a los ya existentes 40 Principales, Radioactiva, Radio Corazón, FMDos, Radio UNO, Rock&Pop, Pudahuel FM, Futuro, Radio Imagina y Concierto.

Brasil

A través de Santillana posee Editora Moderna y Editora Objetiva, especializadas en textos escolares y edición general, respectivamente.

Acuerdos con otros grupos de comunicación

Sogepaq comercializa a través de 20th Century Fox Home Entertainment un extenso catálogo de títulos en soporte DVD.

El País mantiene, desde 1998, acuerdos con *The New York Times* y *Le Monde*, a cuyo accionariado pertenece Prisa. Con *The New York Times* elabora un

suplemento en español con contenidos exclusivos del rotativo estadounidense. Por otra parte, *The Internacional Herald Tribune* incluye en su edición diaria en España una versión inglesa de los contenidos más importantes de *El País*.
También tiene acuerdo con Televisa en México, debido a que Prisa tiene el 50 por 100 de las acciones de Radiópolis, y el otro 50 es de Televisa.
Recordemos que con Times Warner se reparte por igual la propiedad de CNN+.
Prisa y Zeta comercializan juntos la publicidad de sus medios de prensa, lo que les ha supuesto, como comentábamos antes, un expediente por parte de las autoridades españolas que supervisan la libre competencia.

Accionistas

Hasta que entró en crisis, el accionista de control de Prisa era el Grupo Timón, fundado en 1972 por Jesús Polanco (fallecido en julio de 2007) y Francisco Pérez González, y propiedad de las familias de ambos. El Grupo Timón, de forma directa o a través de su posición en Promotora de Publicaciones (Propu), controlaba más del 60 por 100 del capital de Prisa. Propu era el primer accionista del grupo, con un 44,53 por 100 de sus acciones, y Timón poseía el 18,47 por 100. Los partícipes de Propu son, fundamentalmente, los fundadores del diario *El País* y su entorno familiar[197].
En el «Acuerdo de compromiso de voto a favor del acuerdo de aumento de capital en Promotora de Informaciones» (más adelante trataremos este acuerdo), firmado por Ignacio Polanco en nombre de Rucandio y Martin E. Flanklin en representación de Liberty, y enviado a la CNMV, podemos observar, en su primer punto, a título de curiosidad, los complejos términos de la propiedad de la familia Polanco en Prisa:

> Que Rucandio es una sociedad española que controla directamente e indirectamente el 70,067 por 100 de las acciones representativas del capital de la Sociedad Promotora de Informaciones, S.A. (en adelante «PRISA»). En concreto, RUCANDIO controla directamente el 56,53 por 100 de TIMÓN, S.A. Que a su vez ostenta directamente un 3,617 por 100 de las acciones de PRISA; TIMÓN, S.A., a su vez, controla el 100 por 100 de ASGARD INVERSIONES, S.L.U., que es propietario directo de

> 16,194 por 100 de las acciones de PRISA. RUCANDIO también controla directa e indirectamente el 54,51 por 100 de PROMOTORA DE PUBLICACIONES, S.L. que tiene una participación directa en PRISA del 40,649 por 100 del capital social. Finalmente, ROCANDIO controla indirectamente el 100 por 100 del capital de SABARA INVESTMENT, S.L. que posee el 9,451 por 100 de las acciones de PRISA[198].

Más adelante veremos cómo queda el accionariado de Prisa tras los cambios sucedidos en los últimos meses.

Si observamos las personas que integran el consejo de administración de Prisa y los vocales de la comisión ejecutiva[199] descubriremos que también son consejeros o altos cargos de empresas como las siguientes: constructoras e inmobiliarias como Aguirre&Newman, Sacyr Vallehermoso, Libertas 7, S.A., Compañía Levantina de Edificación y Obras Públicas; financieras y bancos como Banco de Valencia, Corporación Caixa Galicia, Apax, Qualitas Equity Partners, Qualitas Venture Capital; de energía como Abengoa, Bioetanol Galicia, Telvent; textiles como Armani y Adolfo Domínguez. Y además Altadis, Vodafone, Roche Farma o Iberia. Es evidente que, de algún modo, se debe reflejar en la línea informativa del grupo que los gestores de la empresa cobren también de todas esas firmas.

Historia[200]

La historia del grupo se remonta a la fundación de la Editorial Santillana por Jesús Polanco en 1958.

El día 4 de mayo de 1976 sale a la calle el primer número del diario *El País*. En 1985 Prisa se convierte en accionista mayoritario de la Cadena SER.

Sogecable lanza en 1994 Canal Satélite Digital. En 1997 presenta la primera oferta europea de televisión digital de pago en castellano, vía satélite.

En 2000 Prisa comienza a cotizar en la Bolsa de Madrid.

En mayo de 2002, Sogecable y Telefónica alcanzan un acuerdo para la integración de las plataformas digitales Vía Digital y Canal Satélite Digital (véase capítulo Antena 3).

En julio de 2007, fallece, a los setenta y siete años de edad, Jesús Polanco,

fundador y presidente de Prisa.
Su hijo Ignacio Polanco es nombrado presidente de Prisa.
Jesús Polanco recibe en 2008, a título póstumo, la Medalla de Oro al Mérito en el Trabajo, que otorga el Consejo de Ministros.
Prisa culmina en 2008 la OPA sobre Sogecable con el 100 por 100 de las acciones.
En 2009 Prisa extiende un año su crédito puente concebido inicialmente para financiar la OPA sobre Sogecable.
Ese mismo año llega a un acuerdo con Mediapro que pone fin a «la guerra del fútbol», si bien una sentencia judicial y una decisión de Sogecable reabren el conflicto en junio de 2010 (véase capítulo Mediapro).
A lo largo de 2009 y 2010 la desesperada situación económica del grupo lo lleva a un proceso de desinversiones y venta que termina con una menor presencia accionarial de Prisa en muchas de las compañías y la familia Polanco pasa de controlar el 70 por 100 de las acciones a un 30 por 100.

Nombres propios

Jesús Polanco

Nació en 1929. El periodista Antonio Izquierdo, ex director del desaparecido diario *Arriba*, y el profesor de la Facultad de Periodismo de Madrid Enrique de Aguinaga, le relacionan (de muy joven) con el Frente de Juventudes franquista. En 1958 creó la Editorial Santillana, pero el periodista Jesús Cacho sitúa el despegue económico de la empresa de Jesús Polanco en 1970. Según señala Cacho, la editorial recibió un trato privilegiado con altos cargos del franquismo, en concreto de un subsecretario de Educación que le proporcionó con antelación, y en exclusiva, los planes educativos de la Educación General Básica (EGB). De este modo, antes de que dichos planes se aprobasen y se hicieran públicos, Santillana ya tenían los libros impresos, empaquetados y listos para la distribución[201]. Fue en ese momento cuando Polanco descubriría la importancia que tenía en los negocios las relaciones con el poder político. Jesús Cacho detalla en su libro, *El negocio de la libertad*, el proceso de enriquecimiento de

Jesús Polanco en América Latina a la sombra de los Gobiernos de esos países. Comienza en 1968 en Chile con la ayuda del Opus Dei, seguido de Perú y Argentina. Los dictadores que en aquella época hacían y deshacían en el Cono Sur mostraron buena disposición para los negocios. Según Cacho, a Polanco no le faltó el apoyo del entonces ministro Manuel Fraga y del Instituto de Cooperación Iberoamericana. En 1973 fundó con otros socios el Grupo Timón, mediante el cual manejaría sus inversiones.

El secreto de Polanco siempre han sido sus relaciones con los Gobiernos. Según señala Cacho, «si en los primeros años de la década de los setenta las buenas relaciones con el franquismo y el Opus Dei fueron la palanca que ayudó a Polanco a hacer negocios con las dictaduras de la región, tras la llegada de la democracia y, en especial, con la victoria electoral del PSOE en el 1982, su estrategia dio un giro de ciento ochenta grados». Los negocios de Polanco durante el gobierno de Felipe González siguieron viento en popa gracias a los multimillonarios ingresos que sus empresas lograron de los denominados Fondos de Ayuda al Desarrollo, créditos que se otorgaban a países, en su mayoría latinoamericanos, con la condición de que fuesen destinados a compras o servicios de empresas españolas.

En cuanto al diario *El País* y el nacimiento de Prisa, Polanco se incorporó al proyecto de ponerlo en marcha año y medio después de la formalización registral de Promotora de Informaciones, S.A., con Franco todavía vivo. Cuando salió el diario, el 4 de mayo de 1976, afirmaban que los propietarios de Prisa eran 1.096 y que ninguno de ellos poseía más del 10 por 100 del capital social. Desde ese mismo momento estalló una guerra sin cuartel entre los más destacados accionistas por hacerse con el control del periódico. En 1980 el acuerdo fundacional de no acumular acciones ya se había convertido en papel mojado y Polanco, ya aliado con Juan Luis Cebrián, poseía el 10 por 100. En 1983 era dueño del 20 por 100 y contaba con el respaldo del 75 por 100 del accionariado en la junta de accionistas. El porcentaje de Jesús Polanco en Prisa fue aumentando hasta llegar a presidente y controlar de forma directa o indirecta el 70 por 100.

Una muestra de la influencia de Jesús Polanco en la vida política española es el hecho de que el juez que lo procesó en 1997 por apropiación indebida terminó condenado por prevaricación. En 2008 el Tribunal Europeo de Derechos

Humanos, estableció que en el juicio contra el juez «ha habido violación del art. 6.1 del Convenio [Europeo para la Protección de los Derechos Humanos y de las Libertades Fundamentales]», que establece que «toda persona tiene derecho a que su causa sea oída… por un tribunal independiente e imparcial». El director de *ABC* en aquellos años, Luis María Anson, hizo popular la denominación Jesús del Gran Poder, para referirse al patrón de Prisa.

El culto y la reverencia en el Grupo Prisa a la familia Polanco es impresionante. La muerte del patriarca ocupó el titular a toda plana de *El País* el 27 de julio de 2007, e informaciones, reportajes, artículos de opinión y esquelas que ocuparon un total de 26 páginas, casi el mismo espacio que dedicaron a los atentados del 11-S (29 páginas) en la edición del 12 de septiembre de 2001. Al día siguiente, la noticia de su entierro se daba con el titular a cuatro columnas «Adiós al editor que fue baluarte de la libertad». Según la revista Forbes, Polanco, el año de su muerte, ocupaba el puesto 287 entre los hombres más ricos del mundo, con una fortuna estimada el año anterior en 2.200 millones de euros.

Juan Luis Cebrián

Nacido en 1944. Hijo de Vicente Cebrián, alto cargo de la prensa del régimen franquista y director del diario *Arriba*, órgano de comunicación de la Falange Española. La muerte de Franco le pilló como jefe de los servicios informativos de RTVE. Desde ese cargo pasó a ser el primer director del diario *El País*, cargo que ocupó hasta noviembre de 1988, cuando pasó a ser consejero delegado del Grupo Prisa.

Ha participado en diversas reuniones del Grupo Bilderberg[202]. El Grupo Bilderberg o Club Bilderberg, es una conferencia anual que reúne a las personas más poderosas del planeta. Entre sus participantes se cuentan los máximos dirigentes de instituciones como el FMI y el Banco Mundial, la Reserva Federal y el Banco Central Europeo, la CIA y el FBI; primeros ministros europeos y líderes de la oposición; y presidentes de las 100 mayores empresas mundiales, como Coca Cola, British Petroleum, JP Morgan, American Express y Microsoft. El contenido de sus conversaciones es secreto, por lo que son numerosas las elucubraciones en torno a sus planes e intenciones. Se les ha llegado a denominar «los dueños del mundo».

Su apoyo a Jesús Polanco fue absoluto, y su papel en las maniobras para conseguir que éste lograse el control de Prisa, fundamental. Uno de los accionistas que perdió aquella batalla, Darío Valcárcel, lo definió como «un necio convertido en capataz de Jesús Polanco»[203]. Durante el gobierno de Felipe González, Cebrián era considerado el hombre del PSOE en Prisa. O el hombre de Prisa en el PSOE, según se mire. El director de *Interviú* de entonces, Pablo Sebastián, cuenta que, durante 1986, en vísperas del referéndum de la OTAN convocado por Felipe González, le preguntó a Cebrián: «En el tema de la OTAN, ¿te vas a poner de rodillas ante el Gobierno?». Juan Luis Cebrián le respondió: «No hay nada que hacer. Tú tendrás que poner el culo y yo una pierna»[204].

Cebrián posee el 0,566 por 100 de las acciones del grupo, siendo el miembro del consejo que tiene más acciones a título individual[205]. Una parte indirecta de sus acciones lo son a través de la empresa Jurate Inversiones y de la Sicav Sapri Inversiones 2000.

Cebrián se creció tras la muerte de Jesús Polanco. Javier Ortiz contaba que desde entonces Juan Luis Cebrián «es todo soberbia y prepotencia. No tolera que nadie ni nada lo contraríe. Hay quien dice que se le ha ido la olla, sin más»[206].

Rodolfo Martín Villa

Presidente de Sogecable desde 2003. Durante el franquismo ocupó diferentes cargos, entre otros, jefe nacional del Sindicato Español Universitario (1962-1964), gobernador civil y jefe provincial del Movimiento en Barcelona (1974), ministro de Relaciones Sindicales (1975) y procurador en Cortes.

Martín Villa, siendo ministro, estuvo estrechamente vinculado con la matanza policial de Vitoria, el 3 de marzo de 1976. Murieron cinco personas y hubo otros 100 heridos de bala por la actuación de las fuerzas policiales en el transcurso de una asamblea de trabajadores. El periodista Javier Ortiz recordó que Martín Villa fue encargado por el presidente del Ejecutivo, Arias Navarro, para que asumiera *in situ* la acción del Gobierno durante la crisis, e incluso él mismo ha comentado alguna vez con vivo desagrado cómo fue abucheado e insultado en Vitoria por los familiares de las víctimas[207]. El documental titulado *Llach, la revolta permanent*, dirigido por Lluís Danés recoge aquellos acontecimientos e incluye

declaraciones elocuentes de Martín Villa.



El presidente de Sogecable, Rodolfo Martín Villa (segundo por la derecha), haciendo el saludo fascista durante su periodo como ministro del franquismo

El independentista canario Antonio Cubillo Ferreira también responsabiliza a Martín Villa, entonces ministro del Interior, del atentado que sufrió en Argel en abril de 1978[208].

Fue también durante su etapa de ministro del Interior en la transición cuando la policía asesinó el 8 de julio de 1978 a Germán Rodríguez en la plaza de toros de Pamplona por haber desplegado una pancarta en los Sanfermines; hubo otros 100 ciudadanos heridos, 10 de ellos de bala. Tres días después, durante las protestas por ese asesinato, otro policía mataba de un disparo a otro manifestante de diecinueve años, Joseba Barandiaran[209]. Las investigaciones gubernamentales nunca dieron resultados. Nadie fue castigado ni destituido, ni los mandos policiales ni el gobernador civil de la provincia. Así recordaba Javier Ortiz el aniversario de la primera muerte:

> […] el asesinato de Germán Rodríguez, que murió baleado ahora hace justo 30 años a manos de la Policía que comandaba Rodolfo Martín Villa, entonces jefe de la represión franquista y en la actualidad presidente de Sogecable. Sus esbirros entraron en la plaza de toros de Pamplona a tiro limpio y provocaron casi un centenar de heridos.
> […] Confío en que la buena gente de Pamplona, que es mucha, rendirá también este año el debido homenaje a Germán Rodríguez.
> Algo me dice que no lo retransmitirá Canal+[210].

Martín Villa dirigió después la corporación eléctrica Endesa, a la que los indígenas mapuche chilenos responsabilizan de la represión por el control de los recursos naturales en su región[211]. En el año 2000, junto a otros grandes empresarios españoles con intereses en Chile (Emilio Ybarra, presidente del Banco Bilbao Vizcaya, y Emilio Botín, del Santander), transmitió al Gobierno de José María Aznar las consecuencias negativas para sus inversiones que se derivaban del procesamiento del dictador Pinochet en España[212]. El abogado Roberto Celedón denunció en el documental *Apaga y Vámonos*, de Manel Mayol, que Martín Villa se reunió en Londres con Margaret Thatcher para intervenir a favor de la liberación de Pinochet

Vías de intervención social

Prisa ha intentado ser algo más que un grupo de comunicación, su estrategia era ser un agente político e ideológico de primer orden. No solamente quería serlo, sino que además lo necesitaba para poder mantener su aparato empresarial en el mundo de habla hispana. Recordemos, por ejemplo, que cuenta con 128 millones de libros de texto vendidos cada año en Iberoamérica[213]. Veamos en qué consiste el aparato de intervención social del Grupo Prisa:
Desde 1986 posee la Escuela de Periodismo, fruto de un acuerdo con la Universidad Autónoma de Madrid (UAM) por el que se creó la Fundación Escuela de Periodismo, una institución de carácter docente, creada al 50 por 100 entre Prisa y la UAM. A través de esta escuela colabora en la Fundación Nuevo Periodismo Latinoamericano, dirigida por Gabriel García Márquez.
Premios Ortega y Gasset. Creados en 1984 por el diario *El País*. Existe en ellos

una clara intencionalidad ideológica al premiar, por ejemplo, a dos personajes cuya trayectoria va unida a su oposición a la Revolución cubana como Raúl Rivero y Yoani Sánchez; o comercial, porque el último premio de periodismo impreso se lo han concedido a ellos mismos, en concreto al equipo de investigación del propio periódico de Prisa[214].

Premios Ondas. Los concede a profesionales, empresas y trabajos nacionales e internacionales del mundo de la radio, la televisión, la publicidad, el cine y la música.

Premios 40 principales.

Premio Alfaguara de Novela. Como en el caso de muchos otros premios literarios consiste en que la editorial crea un premio con el nombre de la editorial para concedérselo a un libro que editará la propia editorial.

Fundación Santillana. Constituida en 1979, desarrolla sus iniciativas en un amplio marco de cooperación, tanto en el ámbito nacional como internacional, en especial con Iberoamérica. Organiza y promueve eventos culturales en España, Argentina, Brasil, Colombia, México, Puerto Rico y Venezuela.

Premio Santillana de Experiencias Educativas. Con ediciones en España, Portugal, Bolivia, Chile, Colombia, Costa Rica, Perú y Venezuela.

La Fundación Santillana, en colaboración con la Feria Internacional del Libro de Guadalajara (FIL), instituyó en 2008 el Premio Internacional de Ensayo Isabel Polanco, hija de Jesús Polanco, fallecida en 2008. Estos premios sirven para fomentar determinadas líneas ideológicas y editoriales. El premio en su primera edición en octubre de 2009, dotado con 100.000 dólares, fue para el cubano residente en México Rafael Rojas. Se trata de un colaborador de *El País*, gran activista contra la Revolución cubana.

La Fundación Santillana y la Universidad Autónoma de Madrid crearon la Cátedra de Estudios Iberoamericanos Jesús Polanco.

Premio Internacional Don Quijote de la Mancha. Nace en 2008 como una iniciativa de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha y la Fundación Santillana. Se concede a la mejor labor institucional y a la trayectoria individual más destacada.

Proyecto Cultural Territorio La Mancha. Lo justifica afirmando que «como grupo líder de comunicación en español, Prisa ha asumido como propia la tarea de dar un impulso a la difusión internacional de la lengua española, así como la

promoción de la cultura en español». Así, en colaboración con Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha, convoca premios, organiza encuentros y promueve convenios con universidades estadounidenses.
Premios a la Innovación Empresarial. Entregados por el diario económico *Cinco Días*.

La caída de Prisa

El problema de subir muy alto es que, además de ser más dura la caída, todo el mundo te ve cuando te precipitas. Y eso para una empresa que cotiza en Bolsa no es bueno. Tras una enloquecida expansión empresarial en la península Ibérica, América Latina y Estados Unidos, Prisa inicia el año 2009 en una situación económica desesperante[215]. El año anterior el valor en Bolsa de sus acciones se desplomó en torno a un 80 por 100. Su beneficio neto (83 millones de euros) se redujo un 56,8 por 100 por lo que suspendió el pago de dividendos a sus accionistas por primera vez desde que empezó a cotizar, en el año 2000. El principal problema de Prisa entonces era una deuda de alrededor de 5.000 millones de euros, que debía ir renegociando periódicamente con el grupo de bancos acreedores. Prisa y su proyecto de televisión de pago comenzaron su declive en su enfrentamiento con el Gobierno de José María Aznar, la «guerra del fútbol» y la de las plataformas digitales (véase capítulo Antena 3). Once años después de que la emisión de los partidos fuese declarada de interés general, Prisa vivió otra guerra del fútbol con Mediapro y bajo un gobierno socialista (véase capítulo Mediapro). El desarrollo de internet, las nuevas licencias de TDT de pago y el fin del privilegio para los derechos de la emisión del fútbol por imperativo de la Comisión Nacional de la Competencia ha despojado a Digital+ de su principal razón de existencia. Pero, sin duda, fue la OPA sobre Sogecable para lograr el 100 por 100 de las acciones lo que dejó noqueadas las cuentas del grupo.
Ya en julio de 2008, el banco estadounidense Citigroup difundía un informe demoledor sobre Prisa en el que recomendaba no comprar sus acciones y reducía un 34 por 100 su previsión de beneficios en 2008 y un 51 por 100 en 2009, debido a la ralentización del mercado publicitario en España[216].
Las ventas de propiedades del grupo comenzaron en 2007, cuando cedió al

Grupo Alfonso Gallardo la propiedad de *El Correo de Andalucía* y el 59,27 por 100 del capital social del *Diario Jaén*. En mayo de 2008 Prisa tuvo que dejar su casa en propiedad e irse a vivir de alquiler. Anunciaba la venta de su sede en la Gran Vía madrileña, así como el edificio de *El País* en Madrid (calle Miguel Yuste) y de Radio Barcelona (calle Caspe) a la sociedad inmobiliaria Longshore. Con la venta de estos edificios, Prisa obtuvo unas plusvalías de 227 millones de euros, destinados a reducir la deuda del grupo. Al mismo tiempo que firmó el acuerdo de compraventa de estos edificios, Prisa suscribió un contrato de arrendamiento «de determinados espacios de estos inmuebles que, en el caso de *El País* y la Cadena SER, tendrán una duración de quince años, prorrogables»[217]. Seis meses después, en noviembre, cerraba Localia, una red de 80 emisoras locales de televisión que funcionaba desde el año 2000, y dejaba sin trabajo a 300 profesionales. Aunque argumentó su decisión en «las dificultades e incoherencia que presenta el marco regulatorio actual», la «saturación de licencias» de TDT y «el desordenado desarrollo del sector, que imposibilitan la viabilidad del proyecto», se reconoció que el cierre se precipitó por la crisis económica y la caída de la inversión publicitaria, «sin perspectivas de recuperación a corto y medio plazo»[218].

En enero de 2009, Prisa anunciaba la venta a Akaishi Investments, por 4,1 millones de euros, de su participación del 25 por 100 en el capital de la compañía boliviana Inversiones en Radiodifusión, propietaria, en este país latinoamericano, de la red de emisoras de televisión ATB[219]. Además, Akaishi Investments adquirió una opción de compra sobre las acciones que el Grupo Prisa tenía en Inversiones Grupo Multimedia de Comunicaciones, propietaria de los periódicos bolivianos *La Razón* y *El Extra*[220]. Sin embargo, toda esa entrada de dinero no era suficiente para lo que necesitaba Prisa. Para lograr calmar al consorcio de bancos acreedores[221], el grupo debe iniciar un proceso urgente de desinversiones. Durante 2009 se suceden las ventas en Prisa a grupos extranjeros. Por ejemplo, el 4,5 de sus acciones a Talos, filial financiera de la sociedad estadounidense InStore Broadcasting Network, LLC (IBN).

En septiembre de 2009 se anuncia la venta del 25 por 100 de Santillana al fondo de capital privado DLJ South American Partners, participado por Credit Suisse. Se trata de un fondo que nace de la alianza estratégica entre Credit Suisse y un equipo de gestores locales, sus inversiones se centran en Argentina, Brasil y

Chile. Ese mismo día por la tarde, Prisa emite un comunicado haciendo pública la venta del 35 por 100 de Media Capital a Ongoing Strategy Investments. Lo anunciaría como «planes de incorporar nuevos socios que aporten capital, tecnología y nuevos mercados al Grupo». Ongoing Strategy Investments SGPS, S.A. es un grupo empresarial que trabaja en Portugal en el ámbito de las telecomunicaciones, media, tecnología y servicios financieros, pero también en los sectores de la energía e inmobiliaria[222]. Sin embargo esta última operación se vio abortada por las autoridades portuguesas, debido a que la empresa compradora superaba los límites de concentración permitidos por este país. La Entidad Reguladora para la Comunicación Social de Portugal condicionó la compraventa a que Ongoing Strategy Investments se desprendiera de su 20 por 100 en Impresa, grupo que controla SIC, el segundo canal con más audiencia en Portugal, algo que no se ha producido. La noticia volvía a colocar a Prisa en una delicada situación ante sus bancos acreedores. De ahí que poco después de conocerse, el grupo publicara apresuradamente una nota de prensa en la que anunciaba que había «entablado negociaciones para la incorporación de nuevos inversores portugueses en Media Capital» y llegaba a aportar un nombre: Miguel Pais do Amaral, que precisamente fue quien le vendió la empresa en 2007[223].

En noviembre de 2009 Telefónica adquiere el 21 por 100 del negocio de televisión de pago de Sogecable (100 por 100 propiedad de Prisa), desarrollado a través de Digital+[224]. Aunque los medios de Prisa anunciaban a bombo y platillo la cifra de venta, 470 millones de euros, para dar imagen de liquidez a sus acreedores, la realidad era que Telefónica pagaría 240 millones en efectivo y el resto, 230 millones, corresponde a una deuda que Prisa tenía contraída con la operadora desde 2003. Es decir, que se trataba de algo así como si el acreedor te embarga la empresa por impago. Telefónica ya fue en su día accionista de Digital+ de donde salió en mayo de 2008.

Y siguen los movimientos de capital en torno a Prisa. En diciembre se anuncia la fusión de Telecinco (Mediaset) y Cuatro (Prisa) en una empresa común. Mediaset (grupo audiovisual creado por el primer ministro italiano Silvio Berlusconi) y Prisa crearán un holding común para gestionar las dos cadenas, si bien el grupo italiano controlará el 81,7 por 100 de la empresa resultante, lo que sugiere más una absorción de Cuatro por los italianos. Prisa sólo controlaría el 18 por 100 de la empresa[225]. Los dos canales seguirán manteniéndose en antena

como hasta ahora. Es decir, la fusión no será de los canales, sino de las compañías que las gestionan (véase capítulo Telecinco). El acuerdo, en septiembre de 2010, se encontraba pendiente de la aprobación por parte de la Comisión Nacional de la Competencia (CNC), que consideraba que podía suponer un obstáculo para «el mantenimiento de la competencia efectiva en distintos mercados audiovisuales y de comunicaciones electrónicas en España». La alianza entre Mediaset y Prisa va más allá. Y es que los dueños de Telecinco adquieren además el 22 por 100 de Digital+. El resultado es que mientras Prisa pierde el control de Cuatro sigue manteniendo el de la de pago, aunque de forma precaria, recordemos que ya Telefónica se había quedado con el 21 por 100 el mes anterior. Al final, el gran grupo multinacional español de comunicación ni siquiera tiene el control de un canal en abierto en España. Por cierto, nada de esos cambios se reflejaba en la página web de Sogecable, donde en junio de 2010 seguía apareciendo Prisa como propietaria del 100 por 100 de las acciones[226]. La falta de transparencia de su web oficial es absoluta. En el apartado de comunicación a la CNMV, la última información relevante que aparece en abril de 2010 corresponde a 2008, y en el apartado de prensa no se hace referencia a ninguna venta de acciones ni a Telefónica ni a Mediaset. Si vamos a la web de Cuatro, y si encontramos el apartado Información Corporativa (abajo del todo, en gris), sólo aparecen datos triunfantes de audiencias y títulos de programas que se emiten[227]. En cambio, el portavoz de Telecinco en España, Paolo Vasile, declaraba eufórico en la prensa italiana que, aplicando los datos de audiencia de enero de 2010, su grupo tendría tras esta compra el 24 por 100 de la audiencia española. Para ello sumaba el 15 por 100 de Telecinco, el 7,3 por 100 de Cuatro, más lo correspondiente a digital terrestre[228].

En febrero de 2010 Prisa presentaba a la CNMV sus cuentas del ejercicio 2009: sus beneficios se recortaban un 39,2 por 100 con respecto al año anterior y su resultado neto fue de 54,4 millones de euros, cuando en 2008 fue de 83. En cuanto a los ingresos de explotación del grupo, se situaban en 3.208 millones de euros, casi un 20 por 100 por debajo de los 4.000 cosechados en los doce meses anteriores. Su deuda al cierre de 2009 era de 4.857 millones de euros. La evolución del grupo en Bolsa es todavía más deprimente en junio de 2010. Su caída es tal que pueden decir que les tocó la lotería con la venta a Telefónica y

Mediaset, o que los directivos de Prisa supieron vender bien la moto. El digital ElConfidencial.com apuntaba el 21 de junio que cualquiera de los dos compradores pagó por el 22 por 100 de Prisa tanto como el valor total de la compañía medio año después[229]. Telefónica pagó 470 millones y Mediaset 550 por el 22 por 100 de una empresa que el 8 de junio, con su acción en Bolsa a 1,73 euros, tenía un valor total de 379,1 millones de euros.

Prisa debe continuar su desesperada búsqueda de liquidez para calmar a los bancos. En febrero de 2010 envía un comunicado a la CNMV donde anuncia conversaciones con distintos grupos y confirma que «puede llegar a un acuerdo con un grupo de inversores internacionales interesados en participar en el capital social de la compañía con una cifra de entre 450 y 600 millones de euros». La noticia coincide con la información difundida, también desde el grupo, de que había llegado a un «acuerdo de principios» con sus bancos acreedores para extender el vencimiento de su préstamo puente de 1.950 millones de euros hasta el 19 de mayo de 2013[230]. Finalmente, en marzo, Prisa confirma un acuerdo con la estadounidense Liberty Acquisition Holdings. Como resultado, la familia Polanco deja de ser el accionista de referencia de Prisa para ser controlada por el grupo estadounidense. Liberty es una compañía que cotiza en el mercado norteamericano y, por su dimensión, es el mayor SPAC (Special Purpose Acquisition Company) de los que se han creado hasta ahora. Más adelante hablaremos de ella. Fundada por Nicolas Berggruen y Martin E. Franklin, reúne a un amplio grupo de inversores de alto potencial para invertir. Ahora Prisa cotizará en EEUU a través de ADR (American Depositary Receipts, una especie de certificados de depósito).

El acuerdo de Prisa con Liberty supone que el fondo americano se hará definitivamente con el 57,7 por 100 del capital de Prisa, la familia Polanco y los accionistas tradicionales del grupo controlarán otro 30 por 100, mientras que el 12,3 por 100 restante estará en manos de minoritarios de Prisa. Liberty logró un compromiso de otros inversores para inyectar un mínimo de 500 millones de dólares en su capital. Según la información enviada al supervisor de la Bolsa estadounidense (SEC)[231], estos nuevos inversores son los peces gordos de la banca española y mundial. Ahí se encuentra el banco británico HSBC, el Santander[232] y los fondos Centaurus, Tyrus y Pentwater Growth, quienes negociaron con Liberty la compra de diversos paquetes de acciones de nueva

emisión por un total de 500 millones de dólares. Se da la circunstancia de que en uno de estos fondos, Centaurus, estuvo trabajando José María Aznar como asesor hasta 2009. Prisa se vio en la obligación de ampliar el tamaño de su consejo, para dar entrada a los líderes de Liberty Martin Franklin y Nicolas Berggruen. Bienvenido Mister Marshall, pero para quedarse con la hacienda.

Prisa y el fondo estadounidense se pusieron como fecha límite para sellar su integración el 6 de diciembre de 2010. Sin embargo, la compleja operación, según los especialistas[233], no terminará de cristalizar hasta dentro de tres años.

Reconocer que los estadounidenses lo estaban comprando no parecía algo de lo que sentirse muy orgulloso, por eso la portavoz de Prisa Bárbara Manrique de Lara lo exponía con esta cabriola dialéctica: «La operación consiste en que Prisa absorbe el capital que depositaron todos los inversores que forman Liberty y éstos reciben a cambio acciones de Prisa»[234]. Por cierto, los más de 80 folios del contrato entre las dos entidades enviados por Prisa a la CNMV el 17 de marzo de 2010 están íntegramente en inglés[235]. Esta operación entre Prisa y Liberty tuvo que aplazarse hasta el 19 de abril de 2010 para que los bancos acreedores del grupo de medios de comunicación dieran el visto bueno a la operación según informó Prisa a la CNMV. Por si las moscas, el consejero delegado de Prisa, Juan Luis Cebrián, blindó su contrato en el acuerdo con los americanos. Según lo firmado, Cebrián seguirá en su cargo otros tres años, «condiciones mutuamente aceptadas», según señala una documentación presentada ante el regulador de la Bolsa estadounidense (SEC)[236].

Se puede decir que Prisa se había salvado. Otra cuestión es pensar a costa de qué. El resultado es que Prisa pierde el control de varias de sus empresas (Cuatro), en otras pierde poder (Digital+, Santillana, Media Capital) y a la familia fundadora sólo le queda el 30 por 100. La llegada de un socio de la envergadura del grupo de inversores estadounidenses al capital de Prisa era una de las principales condiciones impuestas a la familia Polanco para la reestructuración de la deuda. A ello había que añadir el proceso de desinversiones acometido por la compañía para hacer frente al agujero. Primero fue el acuerdo para la venta del 25 por 100 de Santillana al fondo DLJ South American Partners. Después la desinversión en Media Capital, su filial portuguesa. Más tarde el 21 por 100 de Digital+ para Telefónica. Finalmente, la venta de Cuatro a Mediaset y de un 22 por 100 de Digital+. Todo ello podría

suponer para Prisa el ingreso de 2.000 millones de euros. El resultado es una empresa despedazada y repartida entre fondos de inversión estadounidenses (Liberty Acquisition Holdings), banca suiza (detrás de South American Partners está Credit Suisse), grupos de comunicación italianos (Mediaset), y empresa de telecomunicaciones (Telefónica). ¿Alguien se podrá creer ahora la independencia informativa en los medios de Prisa? Lo que ha sucedido con el mayor grupo de comunicación español es una prueba de la voracidad del mercado y de la irrelevancia que tiene en él cualquier cosa relacionada con la información o el periodismo. Seguro que en algún momento al lector se le había olvidado a qué se dedicaba la empresa de la que estábamos hablando.

Prisa no será lo que era, pero para los directivos las cosas nunca van mal. La subida de las acciones tras la entrada de los americanos va a ser un negocio para los ejecutivos propietarios de *stock options*. El 19 diciembre de 2008, el consejo de administración de la compañía aprobó un plan de *stock options* para los consejeros y los directivos de la sociedad ejecutable entre el 31 de diciembre de 2009 y el 31 de marzo de 2010. ¿Precio por acción? 2,94 euros. El 9 de marzo cerró a 3,020 euros por acción, un buen momento para hacer caja porque los meses siguientes bajó por debajo de los dos euros. No es la primera ganga que, en poco tiempo, se encuentra por el camino la cúpula de Prisa. Precisamente en marzo de 2009, con la acción por debajo del euro, el consejo concedió a un grupo de directivos un incentivo millonario para salir en defensa de la compañía. Los siete agraciados fueron Juan Luis Cebrián, Ignacio Santillana, Emiliano Martínez Rodríguez, Jesús Ceberio, Matilde Casado, Alfonso López Casas y Pedro García Guillén, que recibieron 75.000 acciones como retribución en especie por un valor de 290.000 euros, ejecutables a 1,12 euros por título. Un año después, esas opciones arrojaban plusvalías latentes que superaban el 200 por 100 de rentabilidad y meterían en el bolsillo de estos directivos cerca de 600.000 euros si las ejecutaran[237].

En cuanto a los sueldos tampoco les fue mal a los ejecutivos de Prisa. En 2008, según se refleja en su informe anual del gobierno corporativo, los seis consejeros ejecutivos se repartieron 11.623.000 euros. Por su parte, los 12 miembros de alta dirección que no eran consejeros se llevaron 11.111.000 euros. Y mientras tanto, desde abril de 2010, las cotizaciones en Bolsa muestran que incluso el Grupo Vocento ya valía más que el todopoderoso Prisa, mientras el primero alcanzaba

una capitalización bursátil de 514,8 millones de euros, el segundo se quedaba en 486,48 millones en abril y 379,1 en junio.
Mientras tanto, el informe del Observatorio Audiovisual Europeo divulgaba en septiembre de 2010 que el grupo Prisa era la única de las 12 grandes compañías audiovisuales de Europa que no mejoraba su negocio televisivo en el primer semestre de 2010.

¿Qué es Liberty Acquisition Holdings?

Liberty Acquisition Holdings Corp, empresa cotizada en el mercado estadounidense, es una sociedad instrumental clasificada como SPAC. Su traducción sería Empresa con una Intención Especial de Compra. Muy utilizada en Estados Unidos, se trata de una fórmula de especulación híbrida entre el capital riesgo y una empresa cotizada, una especie de cheque en blanco que otorgan los inversores a un promotor, al que se le supone buen olfato adquisitivo, para que busque una oportunidad de inversión en un periodo de tiempo establecido. Con frecuencia realizan sólo una o dos operaciones de gran calado y cuentan con un gran número de socios y de firmas de inversión. Liberty es la mayor SPAC que existe en la actualidad. Fue fundada en 2007 por Nicolas Berggruen y Martin E. Franklin y cuenta con fondos netos de alrededor de 900 millones de dólares para invertir. Esta sociedad busca inversiones con retornos a medio plazo —entre tres y cinco años— con las que no pretende participar de modo activo en su gestión.
Según la portavoz de Prisa, «ninguno de los inversores de Liberty puede superar el 5 por 100 de las acciones de Prisa, excepto los dos representantes de éstos (Nicolas Berggruen y Martin E. Franklin) que pueden llegar a un 10 por 100 cada uno. Los inversores de Liberty no se pueden unir entre sí». Asimismo, «los dos representantes de los inversores no pueden abandonar Prisa en un año. El resto puede vender sus acciones cuando quiera»[238].
Liberty ya ha realizado operaciones de adquisición en Europa, como ocurrió, por ejemplo, en el Reino Unido al entrar en la aseguradora Pearl Group en septiembre de 2009[239]. Pearl Group pasó a denominarse Phoenix Group[240]. A través de esa firma es como Liberty suele operar en los mercados de fuera de Estados Unidos. Aunque sus oficinas comerciales están en Reino Unido, tanto

Reuters como la empresa de información financiera estadounidense Alacara describen a Phoenix Group como una empresa con sede en el paraíso fiscal de las Islas Caimán[241]. Otras fuentes, por ejemplo la prestigiosa revista empresarial Business Week Magazine, sitúa la empresa en las Islas Vírgenes Británicas[242], un paraíso fiscal en el Caribe que cuenta con menos de 25.000 habitantes y más de 250.000 empresas registradas. Liberty comenzó a cotizar en la Bolsa de Nueva York en diciembre de 2007, hoy posee 130 millones de acciones con una cotización actual de 9,9 euros por acción[243].

Sus principales ejecutivos, Martin E. Franklin (presidente) y Nicolas Berggruen (consejero delegado), no tienen ninguna relación con el periodismo. Veamos quiénes son.

Nicolas Berggruen (cuarenta y ocho años), con un patrimonio cercano a 2.000 millones de dólares, ocupa el puesto 158 en la lista Forbes de 2009 de ricos estadounidenses. La prensa le calificó de «*homeless* multimillonario»[244] porque se presenta como un ejecutivo que no tiene vivienda propia y vive siempre en hoteles. En realidad no es que no tenga vivienda es que es el jefe de los hoteles. Es el fundador y director de la cadena Berggruen Hotels Private Limited. Según la revista Business Week pertenece a 24 consejos de administración de diferentes firmas y sectores.

Berggruen es un gestor de fondos de *private equity* (fondos de capital privado que toman participaciones temporales en el capital de empresas para obtener beneficio una vez madure el negocio o proyecto) y *hedge funds* (en España, fondos de inversión libre, cuyo objetivo es obtener beneficios al margen de la evolución de los mercados). Su principal brazo inversor es Berggruen Holdings, aunque su actividad arranca de los años ochenta con Alpha Investment. Posee una fortuna de unos 2.000 millones de euros. El financiero neoyorquino también tiene intereses en inmobiliarias y en energías renovables. Berggruen y Franklin poseen alrededor del 20 por 100 de Liberty Acquisition Holdings y el resto está dividido en pequeñas participaciones propiedad de *hedge funds* y firmas de inversión. Entre éstos destacan gestoras alternativas como Millenium, First Tagle, Taurus, GLG, Glenhill o T Rowe Price, además de fondos como Teachers Advisors o Canadian Pension Plan, el Soros Fund del millonario George Soros o las sociedades de inversión de bancos como Morgan Stanley, Citigroup, Deutsche Bank y Credit Suisse[245].

Pocos días después del acuerdo con Prisa, Nicolas Berggruen ya toma posesión de sus propiedades y publica un artículo de opinión en *El País* sobre China y Occidente[246]. Una prueba más de que los dueños de los medios tienen su reflejo en los contenidos y que la autonomía informativa respecto a los accionistas es falsa.

En junio de 2010, el Estado mayor de Prisa da instrucciones a sus medios para vender a accionistas (faltaban diez días para la junta general), público y trabajadores la imagen de Berggruen, desautorizado como especulador por las malas lenguas. El día 17 lo entrevistan en la Cadena SER y el domingo 20, el suplemento de economía de *El País* presenta una larga y amable entrevista[247] que, con la coordinación habitual reseñan en el económico *Cinco Días* del mismo día[248]. Por cierto, la entrevistadora, Alicia González, es la esposa de Rodrigo Rato, presidente de Caja Madrid y ex vicepresidente del Gobierno con José María Aznar. El mundo del poder económico y mediático es muy pequeño.

Respecto a Martin E. Franklin, de cuarenta y siete años, según la revista Business Week, pertenece a 81 consejos de administración de 19 industrias diferentes. En 2008 ganó 3.498.438 dólares.

Estos dos ejecutivos no son los dos únicos estadounidenses que tienen influencia en Prisa. En enero de 2010, el grupo de comunicación nombró a Kamal M. Bherwani director general del área digital. Bherwani era responsable de información (CIO) del departamento de Salud y Servicios Humanos de la ciudad de Nueva York, y siguió compatibilizando su cargo en Prisa con el de consejero de la Oficina del Alcalde de Nueva York, además de consejero del Centro de Excelencia en Información Tecnológica e Inalámbrica de la Universidad de Stony Brook (CEWIT), y como miembro de la junta de asesoramiento de Violy and Company (compañía que ha asesorado al Grupo Prisa en algunas de sus últimas operaciones en Estados Unidos)[249].

Hill & Knowlton

Los portavoces de Liberty en España son Hill & Knowlton. Esa firma fue quien dio explicaciones del acuerdo con Prisa a algunos periodistas. En el documento de cinco páginas hecho público por Liberty Acquisition Holdings el 5 marzo de 2010 titulado «Grupo Prisa and Liberty Acquisition Holdings anounce deal to

drive Prisa digital, Latin American growth»[250], se señalan como contactos para ampliar información a los portavoces de Hill & Knowlton de Nueva York, Londres y Madrid.

Puestos en contacto con el director para la oficina de Madrid de Hill & Knowlton, Jorge Peidró, nos aclaró que se trata de «una agencia de relaciones públicas que simplemente actúa como Gabinete de Prensa de Liberty en esta operación». «Nosotros pertenecemos al grupo de comunicación WPP», añadió. El Grupo WPP se fusionó en 2006 con Mediapro y el Grupo Árbol dando origen a Imagina Media Audiovisual, la mayor productora audiovisual de España (véase capítulo Mediapro). De modo que un grupo financiero estadounidense llega a un acuerdo comercial con Prisa y contrata como portavoz y representante en España para explicar el acuerdo a una empresa de comunicación propietaria de un grupo de medios (Imagina) competencia de Prisa.

Conflictividad laboral

La grave situación económica de Prisa ha tenido su reflejo en una alta conflictividad laboral. En 2008 *El País* abordó una profunda reestructuración que supuso su división en tres empresas (contenidos, impresión y servicios), además de la externalización del departamento comercial, con el objetivo, según los directivos, de afrontar «un proceso de convergencia redaccional y desarrollo multiproducto y multimedia». La medida no fue bien acogida por los trabajadores que consideraban que les debilitaba como colectivo laboral y terminarían perdiendo derechos y garantías laborales, incluso abría la posibilidad de segregar algunas actividades fuera del grupo. Ya anteriormente se traspasó el departamento de publicidad a la empresa Box News Publicidad, lo que provocó una huelga en diciembre de 2008.

Otro elemento de conflicto fue el contrato firmado en enero de 2010 con Indra, una empresa de tecnología que, entre otras actividades, da soporte electrónico a los cazas estadounidenses F-18 y a los misiles que fabrica MBDA, la segunda compañía de misiles más grande del mundo[251]. Con una duración de siete años y 260 millones de euros, se estableció que, a partir de mayo, Prisa externalizaba a los 300 trabajadores de su departamento de informática que dejaban de pertenecer a la plantilla de la empresa de comunicación para estar en la nómina

de esta compañía de Tecnologías de la Información y desplazarse a la sede de Indra en la localidad madrileña de Alcobendas.

La entrada de los inversores estadounidenses mediante un acuerdo comercial tan complejo también creó la alarma en los profesionales. Los comités de empresa de las diferentes firmas del grupo emitieron un comunicado conjunto el 23 de marzo de 2010[252] en el que decían a los «15.000 empleados, a la sociedad española, a los inversores y Gobiernos, que los responsables del Grupo pretenden ningunear a los representantes de los trabajadores». Denunciaban que la única información de la que disponían «sobre la entrada de una nueva mayoría accionarial en Prisa, el fondo de inversión Liberty, es la misma que se ha publicado —siempre en inglés, sin traducción al castellano— tanto en el órgano regulador de la Bolsa de Nueva York (SEC) como de la española (CNMV)». Calificaban «los documentos publicados[253], poco menos que ininteligibles para el ciudadano medianamente informado e incluso para los iniciados a los que hemos consultado, deducimos que esta complejísima operación es sobre todo financiera y no industrial». Según el comité de empresa, a los propietarios «sólo se les ocurre externalizar todo lo externalizable, trocear todo lo que sea divisible, vender las porciones prescindibles, abaratar el precio del trabajo y mantener a la cabeza del Grupo a quien no se ha destacado precisamente por su olfato en los negocios». Por ello se plantean que «será interesante entender cómo un fondo especulativo compra más de la mitad de una empresa con fuertes deudas y al tiempo se mantiene al margen de la gestión, así como conocer las condiciones exigidas por los bancos acreedores». Indignados porque consideraban que no les estaban informando de los cambios en el accionariado del grupo, centenares de trabajadores de Prisa comenzaron a concentrarse en abril de 2010 frente a la sede central de la empresa, en la Gran Vía madrileña, exigiendo que los recibiera el consejero delegado, Juan Luis Cebrián[254].

Férreo control editorial

La cohesión editorial e ideológica de los medios del Grupo Prisa es una de las cuestiones que más ha llamado la atención de los analistas. Algunos ejemplos pueden ilustrarlo.

En 2004, el crítico literario Ignacio Echevarría, que llevaba quince años

escribiendo en *El País*, se iba del diario denunciando el trato que había sufrido tras una crítica desaprobatoria suya a un libro de la editorial Alfaguara, propiedad de Prisa y que el director del diario Jesús Ceberio calificó de «arma de destrucción masiva». Echevarría denunciaba que su reseña crítica fue seguida de «un pautado despliegue de artículos, entrevistas y crónicas que, en conjunto, apuntaban tanto a paliar y neutralizar los posibles efectos de la reseña»[255]. Echevarría planteaba que *El País* «parece privilegiar y defender a ultranza, sin el mínimo decoro, los intereses de una editorial que pertenece a su mismo grupo empresarial». En su opinión, *El País* ejercía de un modo abierto la censura y vulneraba interesadamente el derecho a la libertad de expresión, según se desprendía «de la resolución de vetar a un antiguo colaborador por el solo motivo de haber manifestado contundentemente, sí, pero también argumentadamente, su juicio negativo acerca de una novela»[256]. Meses más tarde añadiría que «en los quince años en que colaboré con el diario, se dieron casos hasta cierto punto semejantes, pero casi todos ellos quedaron encubiertos por los propios afectados, que por las razones que sea no dieron el paso de hacer pública su situación. Supongo que con la esperanza de que se arreglara. Pues lo que determinó mi salida de *El País* no fue tanto la reseña que tanta consternación produjo como el hecho de que, inconforme yo con el tratamiento recibido, me resolviera a denunciarlo públicamente, sin esperar a que, pasado un cierto periodo de "castigo", me permitieran regresar al redil»[257]. Tras este asunto, 68 firmas, entre ellas Rafael Conte, Mario Vargas Llosa, Rafael Sánchez Ferlosio, Juan Marsé, Eduardo Mendoza y Félix de Azúa, manifestaban en una carta al diario su «preocupación por la posibilidad del futuro ejercicio libre de la crítica en las páginas de EL PAÍS»[258]. En opinión de Echevarría, su conflicto con el diario de Prisa es consecuencia tanto de «los complejos intereses del grupo de comunicación como de los intereses políticos asociados a ellos». Para el crítico literario, los profesionales de los medios son conscientes de esos condicionantes, «otra cosa es que se planteen sortearlos o que, como ocurre las más veces, los interioricen sin cuestionárselos»[259].

El 30 de abril de 2009, la asamblea de trabajadores de *El País* se había mostrado en contra de bajarse el sueldo, una de las medidas que proponía la empresa ante la crisis por la que atravesaba. La columna que había enviado para publicar ese día el periodista Enric González decía «cualquier día, en cualquier empresa, van

a rebajar el sueldo a los obreros para financiar la ludopatía bursátil de los dueños». La dirección de *El País* decidió no publicarla porque se dio por aludida en lo de «ludopatía bursátil de los dueños»[260]. Meses más tarde la dirección de Prisa suspendió la columna de González y lo envió de corresponsal a Jerusalén.

La cohesión resulta más impactante cuando se produce en la información y no en la opinión. En marzo de 2010 se hizo pública una sentencia judicial que condenaba al grupo de comunicación Mediapro a pagar 97 millones de euros a la sociedad de gestión de derechos Audiovisual Sport, del Grupo Prisa, por haber incumplido un contrato firmado entre ambos en 2006. Mediapro anunció que recurriría la sentencia. La noticia tuvo amplia cobertura en todos los medios que titularon de formas diversas: «Mediapro deberá pagar 97 millones a Audiovisual Sport» (*ABC*), «Mediapro condenada a pagar 97 millones a AVS por los derechos del fútbol» (COPE), «Condenan a Mediapro a pagar 97 millones por la guerra del fútbol» (elmundo.es), «Prisa gana 97 millones a Mediapro por la “guerra del fútbol”» (Telecinco). Sin embargo algunos coincidieron en titular de la misma forma «Prisa gana la guerra del fútbol». Los que compartieron este idéntico título fueron Digital+, *As*, SER, *Cinco días* y Cuatro. Se trataba de medios dispares: una televisión de pago, un periódico deportivo, un periódico económico, una radio y una televisión en abierto, pero todos tienen algo en común, son propiedad del Grupo Prisa. Y titulaban igual que la nota de prensa emitida por el grupo empresarial[261]. Una adecuada autonomía periodística supondría que los medios de comunicación están dirigidos por profesionales independientes, que no reciben directrices de sus dueños o accionistas, sin embargo encontramos a cinco medios de un mismo grupos empresarial titulando de forma idéntica que el gabinete de prensa de la empresa propietaria, lo que hace sospechar que la dirección empresarial del grupo dicta los titulares de las informaciones de los medios de su propiedad.

Algunos acontecimientos internacionales han dejado en evidencia una controvertida posición editorial. Sucedió por ejemplo tras el golpe de Estado en Venezuela el 11 de abril de 2002 que los editoriales de *El País* justificaron sin dudar. El del 13 de abril terminaba: «Sería bueno que Chávez y algunos de sus colaboradores detenidos rindieran cuentas de sus desmanes autoritarios y corruptos ante los tribunales de su propio país. Su experiencia, como la de Fujimori, debe servir para que se difunda la lección de que la democracia no son

sólo votos, sino también usos». El diario se refirió al líder golpista Pedro Carmona como «Un hombre tranquilo», mientras utilizaba el término «caudillo» para dirigirse al presidente constitucional. A los venezolanos partidarios del golpe les denominó «resistencia civil»[262] y a los que se posicionaron con el presidente legítimo y las instituciones, «muchedumbre» o «manifestantes desquiciados»[263]. Incluso a los militares que se negaron a apoyar el golpe les consideró «focos aislados de insurrección castrense»[264].

El 10 de octubre de 2007, con motivo del 40 aniversario del asesinato del guerrillero cubano-argentino Ernesto *Che* Guevara, *El País* publicó un durísimo editorial bajo el título «Caudillo Guevara». Le llamaban «asesino» («pretenden disimular la condición del asesino bajo la del mártir») y criticaban duramente su causa y trayectoria («sus proyectos y sus consignas no han dejado más que un reguero de fracaso y de muerte»). Para el diario la lucha del Che justificó incluso los genocidios de las dictaduras latinoamericanas («ofrecer nuevas coartadas a las tendencias autoritarias que germinaban en el continente. Gracias a su desafío armado, las dictaduras militares de derechas pudieron presentarse a sí mismas como un mal menor, cuando no como una inexorable necesidad»). Diez años antes, el 17 de julio de 1997, con motivo de la llegada de los restos mortales del guerrillero a Cuba, *El País* también le dedicaba un editorial. Entonces bajo el título «Vuelve el Che». En esa ocasión se referían a él como «el guerrillero más emblemático y seductor de la Revolución cubana» y señalaban que «la figura revolucionaria del Che se mantiene como un símbolo del idealista coherente y del hombre de acción». Terminaban afirmando que la figura del Che «es útil para quienes no vivieron los tiempos de la Revolución cubana y sólo han recibido la mitología guevarista como una abstracta evocación de una lucha por un mundo mejor, más igualitario y más humano. Que siga el son».

El sorprendente cambio de estilo editorial hacia el mítico guerrillero creó indignación no sólo en muchos de los lectores, sino incluso en el seno del periódico y generó una polémica que llegó hasta otros países. El periódico *Clarín* de Argentina tituló «Duro debate en España sobre la figura del Che»[265] y afirmaba que «Un crítico editorial del diario El País generó una ola de respuestas de lectores». Dentro del propio periódico madrileño 245 profesionales de la redacción firmaron un documento de protesta con el editorial acogiéndose al Estatuto de Redacción del periódico. Al superar los dos tercios, su

pronunciamiento tuvo que ser publicado en el diario[266]. Sobre este asunto Javier Ortiz escribió en *Público*:

> Todo el mundo remodela sus ideas con el paso del tiempo. Pero no necesariamente para pasarse al bando de enfrente. Es curioso que sean precisamente estos últimos los menos inclinados a dar explicaciones sobre su transfuguismo ideológico y los más dispuestos a pasar de la defensa intransigente de una posición a la apología más agresiva de la contraria. A falta de coherencia, están sobrados de aplomo. El único dato fijo de su trayectoria es el firme convencimiento que exhiben de estar siempre en posesión de la verdad, sostengan un criterio o el contrario.
>
> Por lo general, se trata de gente que no decide sus actos en conformidad con un determinado ideario, sino que primero actúa ateniéndose a sus intereses materiales y luego idea doctrinas que le permitan darse cierta prestancia conceptual[267].

El control también se efectúa sobre todo lo relacionado con la difícil situación económica de Prisa. En marzo de 2010, el diario *El País* se negó a insertar en su suplemento cultural un anuncio del mensual *Le Monde Diplomatique* porque la edición de ese mes incluía un reportaje de mi autoría sobre la crisis de Prisa[268]. *Le Monde Diplomatique* emitió una nota de prensa calificando el hecho de censura, recordaba que esa publicidad se venía contratando desde hacía más de cuatro años, y criticaba que *El País* «oculte a sus lectores el verdadero estado de su situación económica y que ese afán le conduzca a cometer un claro acto de censura»[269].

CAPÍTULO VIII
Telecinco

Televisiones

Telecinco
LaSiete
FactoríaDeFicción (FDF)
Cincoshop. Dedicado a ventas y coproducido con El Corte Inglés.
LaNueve. Aunque en un principio se especuló con que se denominaría LaOcho, y así dijeron haberla registrado en enero de 2010, finalmente se optó por LaNueve. Anunciada para comenzar a emitir en septiembre de 2010 y, según el anuncio de la propia cadena, «dirigida al público femenino»[*].
Cuatro (81,7 por 100 tras el acuerdo firmado con Prisa).
Digital+ (22 por 100 tras el acuerdo firmado con Prisa).
A diferencia de la información ofrecida por otros grupos, Gestevisión Telecinco no detalla en su web los medios de comunicación con los que opera, sino sus empresas.
La red empresarial de Gestevisión Telecinco sería la siguiente (todavía no aparecen los cambios tras su acuerdo con el Grupo Prisa, fusión de Telecinco con Cuatro y participación en el accionariado de Digital+, por no estar definitivamente aprobado por las autoridades, más adelante explicaremos estos cambios).

Empresas controladas[271]

PROPIEDAD DEL 100 POR 100 POR GESTEVISIÓN TELECINCO, S.A.

Grupo Editorial Tele 5, S.A.U.

Dedicada a la adquisición y explotación de derechos, tanto fonogramas como grabaciones audiovisuales, la representación artística, promoción de espectáculos y la edición, producción, distribución y comercialización de publicaciones y material gráfico.
Agencia de Televisión Latino-Americana de Servicios y Noticias España, S.A.U.
Agencia de noticias en todo tipo de formatos.
Telecinco Cinema, S.A.U.
Prestación de servicios de difusión de televisión a través de tecnología digital, intermediación en los mercados de derechos audiovisuales y organización, producción y difusión de espectáculos o acontecimientos de cualquier índole.
Publiespaña, S.A.U.
Agencia de publicidad, incluida la explotación comercial de eventos y acontecimientos culturales, deportivos, musicales o de cualquier otro tipo.
Cinematext Media, S.A. (participada al 60%).
Subtitulado relacionado con la industria cinematográfica, vídeo y televisión.
Conecta 5 Telecinco, S.A.U.
Explotación de contenidos audiovisuales en internet.
Mediacinco Cartera, S.L. (participada al 75%).
Se encarga de las inversiones del grupo en Bolsa o cualquier otro producto, además de asesoría contable, financiera, mercantil, laboral, etcétera.

PROPIEDAD DEL 100 POR 100 A TRAVÉS DE AGENCIA DE TELEVISIÓN LATINO-AMERICANA DE SERVICIOS DE NOTICIAS ESPAÑA, S.A.U.

Atlas Media, S.A.U. y Agencia de Televisión Latino-Americana de Servicios y Noticias País Vasco, S.A.U.
Agencia de noticias.
Mi Cartera Media, S.A.U.
Explotación multimedia de formatos y contenidos de naturaleza económico-financiera.

PROPIEDAD DEL 100 POR 100 A TRAVÉS DE PUBLIESPAÑA, S.A.U.

Publimedia Gestión, S.A.U.
Agencia de publicidad.
Advanced Media, S.A.U.

Publicidad, gestión de derechos y edición de material impreso (libros, periódicos, revistas).

PARTICIPADA AL 60 POR 100 A TRAVÉS DE CINEMATEXT MEDIA, S.A.

Cinematext Media Italia, S.R.L. Doblaje y subtitulado de obras y grabaciones audiovisuales.

Empresas participadas[272]

PARTICIPACIÓN DIRECTA A TRAVÉS DE GESTEVISIÓN TELECINCO, S.A.

Premiere Megaplex, S.A. (50 por 100). Explotación de salas cinematográficas.

PARTICIPACIÓN INDIRECTA A TRAVÉS DE AGENCIA DE TELEVISIÓN LATINO-AMERICANA DE SERVICIOS DE NOTICIAS ESPAÑA, S.A.U.

Aprok Imagen, S.L. (40 por 100).
Agencia de noticias.
Producciones Mandarina, S.L. (30 por 100).
Creación y desarrollo de contenidos audiovisuales, así como su producción y explotación comercial.
La Fábrica de la Tele, S.L. (30 por 100).
Creación y desarrollo de contenidos audiovisuales, así como su producción y explotación.

PARTICIPACIÓN INDIRECTA A TRAVÉS DEPUBLIESPAÑA, S.A.U.

Publieci Televisión, S.A. (50 por 100).
Venta de productos y servicios dirigidos al consumidor final.

PARTICIPACIÓN INDIRECTA A TRAVÉS DE MEDIACINCO CARTERA, S.L.

Edam Acquisition Holding I Cooperative U.A. (33 por 100). Con sede en Ámsterdam.
Canalización de la inversión del consorcio formado por Goldman Sachs Capital Partners, Cyrte Fund II B.V. y Mediacinco Cartera, S.L. en Endemol N.V.,

sociedad dedicada a la creación, producción y explotación de contenidos para televisión y otras plataformas audiovisuales.

Accionariado

Según su web, en junio de 2010, el accionariado se reparte entre Mediaset 50,5 por 100 y Free-Float (capital flotante que cotiza en Bolsa) 49,5 por 100. Como ya señalamos anteriormente, no aparecen todavía los cambios tras su acuerdo con el Grupo Prisa (fusión de Telecinco con Cuatro y participación en el accionariado de Digital+), por estar pendientes de la aprobación definitiva de las autoridades.

Historia

Telecinco se constituyó el día 10 de marzo de 1989. El 25 de agosto de 1989 obtuvo, junto a Antena 3 TV y Canal+, la licencia de emisión, en una concesión de diez años, para operar un canal de televisión privado de ámbito nacional. Inició sus emisiones en pruebas el 3 de marzo de 1990. Su accionariado original se repartía de la siguiente forma: Grupo Editorial Anaya (25 por 100), Fininvest (25 por 100), ONCE (25 por 100) y la sociedad extremeña Promociones Calle Mayor, del empresario de la construcción Ángel Medrano Cuesta (10 por 100). El 15 por 100 restante fue adquirido por Juan Fernández Montreal (dueño de chocolates Trapa), ya fallecido. La legislación de entonces establecía que ningún accionista podía tener más de un 25 por 100.
Según los periodistas José Díaz Herrera e Isabel Durán, Telecinco logró la concesión del Gobierno de Felipe González gracias a la mediación del entonces presidente italiano Bettino Craxi, amigo de Berlusconi. Y como faltaba un grupo financiero que pusiera dinero, altos dirigentes del PSOE propusieron a la ONCE[273].
A comienzos de 1990, las discrepancias surgidas entre los socios, por un lado Anaya y Fernández Montreal y por el otro Berlusconi, la ONCE y Ángel Medrano, provocaron la salida del presidente, Germán Sánchez Ruipérez y de Juan Fernández Montreal. Anaya acusaba a Berlusconi de pretender ejercer un monopolio sobre los futuros beneficios publicitarios. Según el portavoz de

Anaya, *Il Cavaliere* había montado una estrategia que situaría en déficit la explotación de la cadena, mientras los beneficios recaerían en sociedades propiedad del italiano: Videotime, RedEspaña y PubliEspaña. La primera abordaría la producción de programas, la segunda alquilaría la producción a Telecinco y otras cadenas y la última se quedaría con la exclusiva publicitaria. La ONCE se puso del lado de Berlusconi y lograron imponerse, de modo que el presidente de esta organización, Miguel Durán, pasó a ser el presidente de la empresa. Fue entonces cuando el empresario catalán Javier de la Rosa entró en el accionariado tras adquirir la participación de Anaya. Estos cambios accionariales serían posteriormente denunciados por el fiscal anticorrupción, quien consideró que los siete acusados, entre ellos Miguel Durán y Javier de la Rosa, «se concertaron para construir y sostener mediante una apariencia documental ficticia una situación de normalidad en la titularidad accionarial que no se correspondía con la realidad», es decir, que algunos accionistas eran sólo testaferros de Berlusconi que así burlaba el máximo porcentaje de propiedad establecido por ley.

A partir de 1993 la audiencia de Telecinco empezó a sufrir un importante desgaste, siendo desbancada en los índices por su competidora directa, Antena 3. Este hecho, sumado a las fuertes pérdidas económicas, creó una crisis institucional, que originó la salida de la ONCE del accionariado de la empresa y la sustitución, en diciembre de 1993, de Valerio Lazarov por Maurizio Carlotti, hombre de confianza de Berlusconi, como consejero delegado. Una de las primeras medidas de Carlotti fue aplicar drásticos recortes de gastos, con el despido del 40 por 100 de la plantilla, lo que provocó la primera huelga en una televisión privada en España. En marzo de 1999 Maurizio Carlotti fue nombrado vicepresidente, siendo sustituido por Paolo Vasile, también afín a la órbita de Mediaset.

En 1996 el Grupo Correo-Prensa Española, posteriormente rebautizado como Vocento, entró en el accionariado para vender parte de su propiedad a Mediaset en 2002. De esta forma, el grupo italiano aumenta su participación en Gestevisión-Telecinco y Publiespaña del 40 por 100 al 52 por 100 (ya no estaba en vigor el límite de 25 por 100).

En el año 2000, Carlotti abandonó Telecinco para incorporarse al grupo editorial italiano DeAgostini, que entra en alianza con la española Planeta. Cuando en

mayo de 2003 Telefónica vendió el 25 de las acciones de Antena 3 al Grupo Planeta designa a Carlotti como consejero delegado (véase capítulo Antena 3).

En marzo de 2004 se integran en la misma empresa la entidad televisiva Telecinco y la destinada a la explotación publicitaria Publiespaña. En junio de ese mismo año sacan a Bolsa el 35 por 100 de su capital (el resto lo componían Mediaset, con el 52 por 100, y Vocento, con el 13 por 100). En Mayo de 2007 Telecinco anuncia que el consorcio formado por Mediacinco Cartera (75 por 100 Gestevisión Telecinco y 25 por 100 Mediaset), Cyrte Fund II y GS Capital Partners VI había llegado a un acuerdo con Telefónica para la adquisición del 75 por 100 de la productora Endemol.

Telecinco compró en 2006 el 15 por 100 de Alba Adriática, una de las denominadas «productoras de confianza» de Telecinco, perteneciente al Grupo José Luis Moreno. Por cierto, una de las causas por las que el fiscal pidió en marzo de 2010 prisión eludible bajo fianza de tres millones de euros al ex presidente de la comunidad autónoma balear, Jaume Matas, fue por un presunto soborno del empresario y productor José Luis Moreno[274]. Según el documento del fiscal[275], «durante la gala de inauguración de IB3 [la televisión pública balear], Jaume Matas recibió de José Luis Moreno la cantidad de 250.000 euros en concepto de "soborno" por las adjudicaciones de programas y decorados por el órgano de contratación de IB3 a mercantiles vinculadas a José Luis Moreno. Este pago guarda relación con el fraude en los concursos y licitaciones de las empresas de José Luis Moreno con IB3».

A principios de 2008, Telecinco adquiere el 28,3 por 100 del capital de Caribevisión, un gran proyecto de televisión dirigido a la audiencia latina en Estados Unidos. El Grupo Burillo Azcárraga, Telecinco y la estadounidense Quantek conformaron la sociedad Pegaso TV, que atesora un 83 por 100 de Caribevisión. En julio de 2009 Caribevisión se declara en quiebra técnica ante las autoridades de Estados Unidos; un grupo de socios minoritarios demandaron ante los tribunales a Burillo Azcárraga y Telecinco, al considerar que estos accionistas mayoritarios fueron los responsables de la mala gestión que supuso que la cadena perdiera 20 millones de euros.

Desde mayo de 2009, Gestevisión Telecinco ofrece en TDT LaSiete, de perfil generalista; FactoríaDeFicción, un canal temático cuyos ejes serán el cine y las series de ficción, Cincoshop y LaOcho. A ellas se añade Cuatro tras el acuerdo

firmado con Prisa.
A lo largo de 2009 Vocento fue vendiendo en el mercado parte de su paquete, confirmándose el 1 de agosto de 2009 su salida definitiva de Telecinco.
Telecinco se ha caracterizado por ser la cadena que más programas de los denominados «telebasura» ha incluido en su parrilla, marcando un triste ejemplo seguido por las otras. Comenzó con *Qué me dices*, siguió con *Esta noche cruzamos el Mississipi*. En 1999 llega *Aquí hay tomate* y continúa con *Gran Hermano, Crónicas marcianas* o *Salsa rosa*.

Fusión de Telecinco y Cuatro

El 18 de diciembre de 2009 Gestevisión Telecinco anuncia su acuerdo con Prisa por el que las cadenas en abierto Telecinco y Cuatro se fusionan. Para ello Cuatro sale de Sogecable y Telecinco quedará como propietaria de la totalidad de la cadena más una participación del 22 por 100 en Digital+. En la nueva sociedad resultado de la fusión de Telecinco y Cuatro, los italianos tendrán el 81,7 por 100 y Prisa el 18,3 por 100. El acuerdo, notificado a la CNMV el 15 de abril de 2010, convierte a Gestevisión Telecinco en la mayor cadena de televisión de España por cuota de audiencia. En total el grupo tendrá un total de seis canales en TDT: Telecinco, Cuatro, LaSiete, LaOcho, FactoríaDeFicción y CincoShop. Se mantiene la presidencia de Alejandro Echevarría y los dos consejeros delegados italianos colocados por Mediaset. Prisa tendrá en el consejo de administración la representación «proporcional a su participación en esta compañía».
Las intenciones de Berlusconi de desembarcar en Prisa fueron adelantadas, cuatro meses antes de que se hiciera público el acuerdo, por el periódico italiano *L'Unitá* y totalmente ignoradas por el resto de los medios, tanto españoles como italianos. La periodista italiana Concita de Gregorio daba en el clavo en su artículo «Il Cavaliere al asalto de *El País*»[276] partiendo de dos premisas muy lógicas que ella misma presentaba. La primera que

> en los últimos meses *El País* ha informado pormenorizadamente de las investigaciones judiciales que implican al presidente del Gobierno italiano. El 1 de junio pasado fue, junto con *l'Unità*, que publicaba la foto

> en portada, el único periódico europeo que mostró la imagen del músico Apicella en el avión del Estado. Los días siguientes publicó la imagen de Villa Certosa que luego apareció en todos los diarios del mundo, imagen secuestrada por los abogados de Berlusconi porque la ley italiana prohíbe que se publiquen. En esos días la web de *El País* alcanzó los tres millones de visitas. La información que el periódico español siguió dando, pese a las presiones diplomáticas, fue amplísima en los meses siguientes.

Por lo tanto, no es desatinado relacionar la capacidad de censura con los últimos movimientos.
La segunda:

> El grupo Prisa […] arrastra una deuda de cerca de 5.000 millones de euros. Los analistas achacan su ruinosa situación económica, en primer lugar, a una errónea operación de fusión entre el sector de prensa (con *El País* a la cabeza, primer diario español por ventas, con buena salud económica) y todo el sector televisivo al que pertenecen la televisión privada Cuatro, varias radios y televisiones locales.

La acertada conclusión, siempre según *L'Unitá* e, insistimos, cuatro meses antes de conocerse la fusión, era la siguiente:

> Comprar. Si los periodistas extranjeros se muestran hostiles, si las amenazas, las intimidaciones y los chantajes a los que están acostumbrados los directores de periódicos italianos no son suficientes, entonces la solución es comprar. Berlusconi pone la mira en España: *El País* y el grupo al que pertenece.

Efectivamente, como también dice Concita de Gregorio,

> no será únicamente para acallar la voz del diario español y de las televisiones del grupo Prisa, que edita *El País*, por lo que Silvio

> Berlusconi se dispone a lanzar su oferta de adquisición. También está en juego el enorme mercado publicitario liberado por la iniciativa de Zapatero de eliminar los anuncios de la TV pública.

Preguntado el periodista Marco Travaglio —que ya hemos citado anteriormente como uno de los mejores conocedores de las oscuras finanzas de Berlusconi— sobre la posibilidad de que los medios del Grupo Prisa puedan tener autonomía respecto a su nuevo accionista, afirma que

> sería la primera vez que sucede eso en un periódico o un canal de televisión propiedad de Silvio Berlusconi. Basta con ver cómo usa los medios que tiene en Italia para comprender cómo se las gasta. Si alguna vez leemos críticas duras en los medios de los que es accionista, querrá decir que nos hemos equivocado; pero sería una excepción sorprendente, porque yo, en estos 15-16 años de Berlusconi político, no he encontrado una sola crítica en un periódico suyo o una televisión suya. Me sorprendería mucho si lo hiciese[277].

Es evidente que la nueva situación de desembarco de Berlusconi en el Grupo Prisa le permitirá un determinado nivel de influencia en los contenidos informativos del grupo, incluido *El País*, que tan duro ha sido en sus informaciones sobre Italia. La periodista de Cuatro Concha García Campoy ya expresaba su preocupación poco después de la fusión. «En Cuatro nos estamos preparando para el futuro ya que pronto el empresariado será diferente. [La entrada de Mediaset] se ha vivido con desazón e incertidumbre aunque espero y confío que no se destroce la línea que ha llevado Cuatro hasta ahora»[278]. En cualquier caso, Telecinco —y por lo tanto Berlusconi— se convierte en el mayor grupo de comunicación de España en capitalización bursátil. En abril del 2010 valía 2.145,78 millones, tanto como Antena 3, Vocento y Prisa juntos.

Telecinco y los tribunales

En abril de 1998, el juez de la Audiencia Nacional Baltasar Garzón procesó al

que fuera presidente de Telecinco, Miguel Durán, y al vicepresidente Santiago Muñoz Machado, junto a otras personas, acusados de diversos actos fraudulentos cometidos en los primeros años de funcionamiento del canal. Según el auto judicial, los imputados habrían obtenido fondos de las sociedades que administraban, supuestamente desviados a patrimonios personales, por valor total de 3.849 millones de pesetas. También los acusaba de la venta del 25 por 100 de las acciones de la cadena televisiva provocando «una defraudación tributaria de unos 1.955 millones de pesetas», «a través de Gestevisión Telecinco, Publiespaña y Telefuturo». Otra de las operaciones estudiadas era el impacto tributario de la venta del 8 por 100 de las acciones de Telecinco «pendiente de constatación definitiva su relación con Fininvest (el grupo de Berlusconi) a través de Suiza». El fiscal señaló la sociedad Silvio Berlusconi Finanziaria, S.A., de Luxemburgo, como la entidad que aportó los fondos para la compra por Fininvest de un 8 por 100 de Gestevisión Telecinco a Promociones Calle Mayor, S.A. La operación se efectuó de forma oculta, ya que Fininvest ya controlaba el 25 por 100 de Telecinco y no podía adquirir más acciones sin violar la ley. En ese hecho, que databa de 1992, el auto sostenía que se produjo una cuota defraudada de 846 millones cada uno. El fiscal pidió prisión incondicional, pero el juez no la concedió y los dejó libres bajo fianza.

En febrero de 2003, el fiscal anticorrupción solicitó un total de catorce años de prisión y multas que sumaban 133 millones de euros para Miguel Durán, por su participación en lo que se denominaba *caso Tele 5*, instruido por Garzón. El fiscal consideraba que Durán era autor de tres delitos fiscales continuados, un delito continuado de otorgamiento de contrato simulado, otro delito también continuado de administración desleal, y un delito societario de falsedad continuado.

Asimismo, Baltasar Garzón imputa en 2001 a Silvio Berlusconi, y a su socio Marcello Dell'Utri, directivo de Fininvest, cuatro delitos de fraude fiscal, por un valor cercano a los 2.400 millones de pesetas, y seis de falsedad en documento público por su gestión de la cadena de televisión española Telecinco entre 1991 y 1993. Según la acusación, la empresa de Berlusconi defraudó masivamente a Hacienda mediante el impago del IVA y el Impuesto de Sociedades en ese periodo. No sólo eso; en el suplicatorio que Garzón elevó en vano en 2001 al Gobierno italiano para que levantara la inmunidad al primer ministro, se detalla

cómo el político violó la legislación española sobre televisiones privadas. Ésta prohibía que cualquier socio tuviese más del 25 por 100 del capital, con el objetivo de evitar la concentración de los medios de comunicación y asegurar su independencia. A través de operaciones encubiertas y diversos testaferros —entre ellos el catalán Javier de la Rosa—, Fininvest, según el juez, llegó a ostentar en 1995 hasta un 88 por 100 del capital de Telecinco.

Garzón se ve obligado en mayo de 2002 a paralizar el caso en tanto Berlusconi siga disfrutando de inmunidad como primer ministro. El empresario, por su parte, solicitó la suspensión de la causa, lo cual fue rechazado en 2005 por el Tribunal Constitucional. En septiembre de 2006, el juez, a instancias de la Fiscalía Anticorrupción, retoma el procedimiento contra Silvio Berlusconi basándose en que *Il Cavaliere* ya no era primer ministro y, por tanto, finalizaba «la inmunidad de la que gozaba». «Resulta evidente que ha desaparecido la causa que impedía la continuación del procedimiento contra aquél (Berlusconi), por lo que debe reaperturarse la causa», afirmaba el juez. Garzón extendía su decisión a Dell'Utri, que fue senador en Italia y parlamentario europeo, «al carecer éste de cualquier privilegio procesal». Silvio Berlusconi, a través de una nota de prensa de su partido, Forza Italia, reaccionó desacreditando a la justicia española diciendo que Garzón y la Fiscalía Anticorrupción española actuaban como marionetas de los jueces de Milán[279], con quienes también tenía numerosos procesos penales pendientes. Tras un largo proceso judicial, en abril de 2007 la Sección Primera de lo Penal de la Audiencia Nacional absolvió a Miguel Durán y a los otros siete acusados de delitos fiscales y de falsedad que les imputaba la fiscalía por las supuestas irregularidades en Telecinco. En julio de 2008 el Supremo confirmó esta sentencia de absolución. Tras ella, el abogado de Berlusconi anunciaba el sobreseimiento de la causa abierta contra él por el juez Baltasar Garzón.

La iniciativa judicial de 1998, basada en un informe elaborado por la Fiscalía Anticorrupción para investigar las presuntas irregularidades fiscales de Telecinco, no pudo con los abogados de Berlusconi. Aquellas irregularidades motivaron también la apertura de un expediente por parte de la Unidad de Vigilancia contra el Fraude de la Agencia Tributaria, que fue silenciado, según publicó *El Mundo*[280]. Garzón calificó la falta de actuación de la Administración de «amnistía fiscal encubierta». Por su parte, la Fiscalía Anticorrupción, que

mantuvo que fueron varias las sociedades y cuentas corrientes utilizadas por Berlusconi para sus «operaciones ilegales» en España, también denunció en su memoria anual el excepcional retraso que sufrieron por parte del Gobierno de España las tramitaciones de suplicatorios de los dos políticos italianos al Parlamento Europeo[281].

Mediaset y Berlusconi

Fundada en 1978, Mediaset es una empresa de televisión que cotiza en la Bolsa italiana y está controlada por el Grupo Fininvest, el imperio empresarial de Silvio Berlusconi. El escándalo, la corrupción y el crimen han rodeado la vida de Berlusconi que acoge cerca de 150 empresas bajo su propiedad. El primer ministro italiano ha sido visitado 587 veces por la policía, ha participado en 2.500 audiencias y ha gastado 250 millones de dólares para mantenerse fuera de la cárcel[282]. Aunque sus procesos judiciales han girado en torno a su trayectoria política y sus numerosos negocios, nosotros nos centraremos sólo en lo referente a Mediaset, que es la empresa que tiene presencia accionarial en los medios españoles.

En 1978, el mismo año en que se afilia a la logia Propaganda 2 (P2) —la organización masónica italiana—, Berlusconi crea Mediaset, la empresa de televisión que se convertiría en la más grande de Italia y que le convertiría en el hombre más rico de su país. Se sabe, según la declaración obligatoria de ingresos anuales que establece el Parlamento Italiano, que en 2009 ganó 23 millones de euros. Su patrimonio se estima en 9.000 millones[283]. El origen de la fortuna de Berlusconi está plagado de puntos oscuros. Veamos algunos de ellos a título de ejemplos.

Durante las décadas de los setenta y ochenta, con distintos títulos y con varios sistemas de testaferros, nace una miríada de decenas de sociedades relacionadas con Berlusconi y sus próximos. Según el dirigente del Banco de Italia, Francesco Giuffrida, y el subinspector de la policía fiscal, Giuseppe Ciuro, asesores técnicos de la Fiscalía de Palermo, en estas financieras se recibieron entre 1978 y 1985 un mínimo de 113.000 millones de liras (equivalentes a 502.000 millones de liras actuales o 250 millones de euros). Parte de ello, nada menos que en líquido y en cheques «enmascarados» de cuya procedencia «sigue sin saberse

nada». La Fiscalía de Palermo sostiene que se trata del dinero «invertido» por capos mafiosos[284].
El 30 de mayo de 1983 la policía fiscal de Milán, que tenía intervenidos los teléfonos de Berlusconi con motivo de una investigación sobre tráfico de drogas, redacta un informe en el que se lee:

> Se ha comprobado que el Sr. Silvio Berlusconi financiaría un intenso tráfico de estupefacientes desde Sicilia tanto hacia Francia como hacia otras regiones de Italia (Lombardía y Lacio). El mencionado señor sería el centro de grandes especulaciones en la Costa Esmeralda sirviéndose de sociedades tapadera con sede en Vaduz y en cualquier caso, en el extranjero. Operativamente la sociedad en cuestión habría transferido amplios poderes a los profesionales de la zona[285].

En Palermo se han llegado a iniciar seis investigaciones contra Berlusconi por complicidad con la mafia. Todas fueron archivadas por agotarse el máximo tiempo que establece la ley italiana para mantener una investigación[286]. En la década de los noventa Berlusconi fue investigado como implicado en los atentados mortales contra dos jueces italianos en 1992 y varias masacres por atentados con bombas en 1993. Finalmente también se archivó el caso por vencimiento de los plazos para investigar[287].
La gestión de los medios de comunicación por Berlusconi también ha tenido una presencia importante en los juzgados italianos. Por pago de sobornos para conseguir que el Gobierno bajara el IVA a la televisión de pago (1991), por pactar precios con la RAI (1994), por mantener una caja B en su empresa de publicidad Publitalia (1995), por soborno en la compra de la productora Medusa Films (1998). En febrero de 2009, su abogado David Mills fue declarado culpable de aceptar sobornos de Berlusconi y condenado a cuatro años y medio de prisión.
En octubre de 2009, el tribunal de Milán condena a Berlusconi como «corresponsable de corrupción» por la compra irregular de la editorial Mondadori. Los hechos se remontan a principios de la década de 1990, cuando el grupo de Berlusconi y el de De Benedetti, ambos accionistas de Mondadori en la época, recurrieron a un tribunal para que decidiera quién tenía derecho a

quedarse con las acciones de la familia Formenton, heredera del histórico dirigente de la editorial, Arnoldo Mondadori, que cedía el control de la empresa[288]. Por entonces pertenecían a Mondadori el periódico *La Repubblica* y los semanarios *L'Espresso*, *Epoca*, y *Panorama*. Aunque Berlusconi ganó este juicio en 1991, el ex abogado del primer ministro, Cesare Previti, fue condenado en 2007 por el Tribunal Supremo a un año y seis meses de cárcel por sobornar a uno de los jueces que se hicieron cargo del asunto. Ahora el juzgado condena a Berlusconi y establece que su empresa, Fininvest, deberá pagar 750 millones de euros a Carlo de Benedetti.

El fiscal de Milán, Fabio de Pasquale, imputó en abril de 2010 a 12 altos cargos de Mediaset, entre ellos al primer ministro Silvio Berlusconi, por fraude fiscal y apropiación indebida. Les acusó de haber robado 34 millones de euros entre 2003 y 2005, desviándolos hacia cuentas bancarias de paraísos fiscales, y de defraudar a Hacienda ocho millones hasta noviembre de 2009. El sumario se conoce como *caso Mediatrade* y la justicia sospecha que los acusados siguieron el mismo método que en un caso previo, el de Mediaset. La empresa supuestamente contrató a una intermediaria para comprar derechos televisivos en Hollywood en lugar de adquirirlos directamente. Después, parece que la empresa desvió parte del dinero cobrado hacia cuentas controladas por Berlusconi[289]. Entre los procesados por el juez se encuentran dos miembros del consejo de administración de la española Telecinco, Pier Silvio Berlusconi (hijo del primer ministro) y Fedele Confalonieri.

De Berlusconi y el origen de su riqueza, parte de ella invertida en los medios españoles, su socio actualmente en el Gobierno, Umberto Bossi, dijo lo siguiente en la década de los noventa:

> Fininvest nació desde la Cosa Nostra. Hay unas cuantas diferencias entre Berlusconi y nosotros: para empezar, él es un mafioso. El problema está en que en el Norte la gente está dividida entre los que lo saben y los que todavía no. Pero el Norte lo pillará. Que nos cuente: ¿De dónde proceden sus fondos? ¿De los que financian a la mafia? Hay centenares de miles de jóvenes del Norte que han muerto a causa de la droga. A mí me explicó personalmente que el dinero lo había sacado de la Banca Rassini, fundada por un tal Giuseppe Azzaretto, de Palermo, que consiguió

> quedarse finalmente con todo el tinglado. En ese banco trabajaba asimismo el padre de Silvio, y tenían cuenta abierta conocidos miembros de la Cosa Nostra[290].

Antonio Di Pietro, ex magistrado y líder del partido de la oposición Italia de los Valores (IdV), ha acusado a Berlusconi —recordemos, accionista mayoritario en España de Telecinco y Cuatro, y minoritario de Digital+— de favorecer los intereses de la mafia en lugar de perseguirla[291]. Di Pietro denuncia que Berlusconi «ha despenalizado los delitos financieros, ha disminuido los tiempos necesarios antes de la prescripción judicial, ha eliminado las escuchas telefónicas y ha condonado los delitos fiscales». El ex magistrado recuerda que *Il Cavaliere* «hospedó en su casa a un asesino de la mafia dándole trabajo como cuidador de caballos», lo que demuestra su conexión con la Cosa Nostra. Di Pietro se refiere a Vittorio Mangano, un mafioso siciliano condenado por varios homicidios y que Berlusconi contrató como «mozo de cuadra» de 1973 a 1976.

Di Pietro también recuerda que Marcello Dell'Utri, el hombre de confianza de Berlusconi, que fue presidente de Publiespaña, la empresa que gestionaba la publicidad de Telecinco, ha sido condenado a nueve años de cárcel por colaboración externa con la mafia. Actualmente ocupa el cargo de senador del Pueblo de las Libertades, el partido político de Berlusconi.

Marco Travaglio nos explica que

> no hay ninguna sentencia que diga que el dinero de Berlusconi sea de procedencia mafiosa. Hay muchos, muchos mafiosos que lo dicen. Ahora también el hijo de un famoso mafioso-político-financiero como era Vito Ciancimino, cuyo hijo Massimo está contando que su padre invirtió sus capitales en los proyectos de Fininvest que en los años 70 y 80 habían emprendido capos mafiosos como Stefano Bontate o constructores y empresarios mafiosos como Buscemi y Bonura. De modo que tenemos testimonios de varios mafiosos que hablan de la procedencia mafiosa de una parte de los capitales que ayudaron a *Il Cavaliere* a dar el gran salto en el sector inmobiliario y luego en la televisión en los años setenta y ochenta. Lo que da crédito a estos testimonios es un hecho indiscutible: que Berlusconi mantuvo relaciones con mafiosos directamente o a través

> de un viejo amigo de muchos mafiosos, como Marcello Dell'Utri; y luego, cuando algunos jueces le han preguntado de dónde habían salido varios cientos de millones de euros que entraron en sus empresas entre la segunda mitad de los años setenta y la segunda mitad de los años ochenta, y cuyo origen no lograron averiguar ni siquiera los expertos financieros de la Fiscalía de Palermo, Berlusconi, en vez de explicar el origen de esos capitales y dar los nombres de quienes se los habían transferido o pagado, prefirió atenerse al derecho a no contestar. Cuando te preguntan de dónde sale el dinero en un contexto en el que hay graves sospechas de procedencia mafiosa de ese dinero, y tú, que eres el presidente del Gobierno, no consideras que tienes el deber sacrosanto de aclararlo todo perfectamente, es evidente que autorizas a la gente a pensar que no puedes dar explicaciones. Así que no tenemos sentencias que confirmen que, con Berlusconi en España el dinero de la mafia ha llegado a los medios de comunicación españoles, pero tenemos muy buenos motivos para pensar que es así[292].

El hombre de Mediaset en España es hoy Paolo Vasile, quien declaró en la prensa italiana que con el desembarco de Telecinco en España «nuestra intención es poner en marcha el método Mediaset»[293]. En abril Vasile vuelve a insistir en ello con motivo de la compra de Cuatro: «Telecinco aplicará en Cuatro su "modelo de negocio"», titulaba el diario *Público*[294]. No lo tendrán difícil, Berlusconi es hoy el hombre que más poder tiene en la televisión española. Su presencia va desde Telecinco a Cuatro, Digital+ e incluso en el Grupo Unidad Editorial de forma indirecta, como veremos más adelante.

Aznar, Agag y Berlusconi

Es importante recordar la estrecha relación entre Berlusconi, Aznar y el yerno de este último, Alejandro Agag. El primer favor que le debe Berlusconi a Aznar es el de haber abierto en 1999 el camino de entrada de Forza Italia en el Partido Popular Europeo (PPE), algo a lo que se oponían los democristianos italianos. Berlusconi necesitaba ese ingreso para borrar su imagen de empresario corrupto metido en política para evitar la cárcel. Entrar en el PPE era vital para ser

respetado entre los conservadores europeos, barrer a la atomizada derecha italiana y ganar las elecciones. Según el periodista de *El País* Jesús Rodríguez

> la estrategia para su ingreso la marcó Agag. Durante un viaje a Milán en marzo de 1999, invitado por *Il Cavaliere*, con derbi de fútbol incluido en San Siro entre el Inter y el Milan (propiedad de Berlusconi) y posterior cena en su apartamento milanés, formalizaron el pacto. Y sellaron su amistad. «Se dieron cuenta de que eran iguales», dice un conocido de ambos. «Y se hicieron íntimos»[295].

Fue el principio de una gran amistad; Berlusconi asistiría a la boda de Agag y Ana Aznar y les prestaría el yate en el que pasaron parte de la luna de miel. El papá de la novia expresó también su reconocimiento hacia Berlusconi en su libro *Retratos y perfiles*: «Berlusconi tiene un alto sentido de la amistad y la lealtad debida a los amigos. No olvida nunca a quién le ayudó, y siempre está dispuesto a devolver un favor». El ex presidente español añade: «Berlusconi me dice que yo he sido su maestro en la vida política. Incluso me llama su profesor cuyas instrucciones sigue puntualmente»[296].

Jesús Rodríguez señala que «con Berlusconi, Agag entró en Italia por la puerta grande. Bajo su amparo visitó despachos y discotecas, conoció y presentó a gente, intermedió en negocios». Eso sí, con no muy buen resultado, como «el intento de toma de control del grupo italiano de medios de comunicación RCS (accionista mayoritario de *El Mundo* y muy crítico con *Il Cavaliere*), en el verano de 2005, junto a un grupo de empresarios afines a Berlusconi. La oscura operación político-financiera, que pretendía allanar la victoria de Berlusconi en las elecciones de 2006, se saldó con su amigo, el inquietante millonario Stefano Ricucci, entre rejas. Y con él mismo declarando ante la Fiscalía de Roma»[297].

Marcello Dell’Utri

Especial atención merece el primer hombre de Silvio Berlusconi en Telecinco: Marcello Dell’Utri. Fue procesado por Baltasar Garzón junto a Berlusconi cuando era presidente de Publiespaña, la empresa que gestionaba la publicidad del canal, y que hoy está integrada en Gestevisión-Telecinco. Nacido en

Palermo, hoy es senador en Italia por el Polo de la Libertad. Berlusconi y Dell'Utri se conocieron en la universidad. Comenzó siendo secretario particular de Berlusconi y desde los años setenta se le puede considerar su brazo derecho. Berlusconi lo postuló en las filas de su partido mientras estaba acusado por fraude fiscal en Turín y de complicidad con la mafia en Palermo. Dell'Utri siempre tuvo amistades con mafiosos de alto nivel y actuó como mediador entre los intereses de éstos y Berlusconi. La mafia tenía mucho dinero que necesitaba blanquear mediante inversiones en actividades legales. Berlusconi, como empresario en expansión, necesitaba dinero. Dell'Utri puso en contacto a ambos. Prometió a la mafia ventajas políticas y legislativas a cambio de apoyo electoral. En los años setenta contrató al capo mafioso Vittorio Mangano como mozo de caballerías para la residencia de Arcore de Berlusconi. El Tribunal de Palermo reconoció que sabía que ése era un mafioso y que precisamente por eso lo contrató.

Al igual que fue presidente de Publiespaña, en Italia era el presidente y administrador delegado de su homóloga Publitalia, concesionaria exclusiva de publicidad del imperio mediático de Berlusconi. En 1993 fue uno de los fundadores de Forza Italia y, por cierto, su más importante y firme propulsor.

En 1999, Dell'Utri se sentó en el banquillo acusado de emitir facturas millonarias de Publitalia falsas o hinchadas relativas a unos patrocinios deportivos, con su correspondiente fraude a Hacienda. Según el fiscal, entre 1988 y 1994, en Publitalia y sus asociadas Publiespaña y Publieuropa se manejó dinero negro aproximadamente por valor de 7.000 millones de liras (3,6 millones de euros). Ese dinero acababa en manos de Dell'Utri y otros ejecutivos de las empresas. Marcello Dell'Utri fue condenado con sentencia firme de la Corte de Casación italiana (Tribunal Supremo) el 28 de octubre de 1999 a dos años y tres meses de cárcel por «fraude fiscal» y «falsedad contable». El juez también consideró que el ejecutivo destruyó documentos y manipuló pruebas cuando supo que estaban en marcha las investigaciones[298]. Pero Dell'Utri apenas estuvo unas semanas en prisión por esos delitos (desde el 26 de mayo al 17 de junio de 1995). Incluso continuó con su carrera política. Mientras el 23 de marzo de 1996 comenzaba en Turín un juicio en su contra por falsificación de facturas, tenía otro pendiente en Milán y estaba siendo investigado en la Fiscalía de Palermo por delitos relacionados con la mafia, en abril es elegido diputado por

Forza Italia. Él mismo reconoció que se presentó a las elecciones para protegerse de los jueces[299]. Y antes de que terminase el juicio de Turín, en 1999, era elegido eurodiputado.

El 14 de noviembre de 1996 el Tribunal de Turín lo condena a tres años de prisión e inhabilitación de dos años para cargos públicos. Recurrió con el objetivo de no ir a la cárcel, pero perdió el recurso en la Corte de Apelación ante la evidencia de pruebas en su contra, los intentos de ocultación y la reiteración de su actividad delictiva. Con esa sentencia debería haber entrado en prisión, pero logró evitarlo gracias a una reducción de un tercio de la pena lograda mediante una ley aprobada unos días antes que concedía esa gracia a quien se declarara culpable y llegara a un acuerdo con la Fiscalía. A cambio debía cumplir una labor de servicio social. Solicitó trabajar como bibliotecario en su propia casa de Milán[300].

La situación se le agrava porque esas condenas de inhabilitación conllevarían su cese como diputado y eurodiputado, lo cual supondría la pérdida de la inmunidad gracias a la cual había logrado burlar la prisión preventiva emitida por la Fiscalía de Palermo y estaba evitando también el juicio en España que estaba instruyendo Baltasar Garzón junto con la Fiscalía Anticorrupción por el fraude de Telecinco. Finalmente recurre la sentencia y solicita que se le aplique un indulto, aprobado en 1990, a la inhabilitación de cargos públicos. Lo consigue y se despeja el camino para su carrera política y su correspondiente inmunidad[301]. En 2001 es elegido senador de la República, siempre por Forza Italia. Inmune de nuevo.

No acaba aquí la vida judicial de Dell'Utri. El 11 de diciembre de 2004 fue condenado por el Tribunal de Palermo a nueve años de cárcel por complicidad con la mafia, condena que fue ratificada en segunda instancia en siete años de prisión por el Tribunal de Apelación en junio de 2010. Las investigaciones empezaron en 1994, año de su entrada en política, el juicio se inició en noviembre de 1997, duró por tanto siete años, lo que da idea de su complejidad. El directivo de Mediaset estaba acusado de haber llevado el dinero de la mafia a Berlusconi para invertirlo en la Fininvest y en otros intereses de Berlusconi. Las pruebas eran abrumadoras: testigos, declaraciones de arrepentidos, fotos, vídeos, escuchas telefónicas… La sentencia establece que Dell'Utri «representó una concreta, voluntaria, consciente, específica y valiosa contribución al

mantenimiento, consolidación y fortalecimiento de Cosa Nostra», lo que permitió a esta organización mafiosa «entrar en contacto con importantes ámbitos de la economía y las finanzas, favoreciendo así sus objetivos ilícitos, tanto económicos como políticos». A cambio de todo ello, la mafia «dio instrucciones para votar por Forza Italia en las primeras convocatorias electorales y, posteriormente, se comprometió a apoyar al acusado en su postulación como candidato de Forza Italia al Parlamento Europeo». El 3 de diciembre de 2009 el capo arrepentido de la mafia siciliana Gaspare Spatuzza, aunque los abogados de Dell'Utri intentaron impedirlo, declaró como testigo, en la sala búnker del Tribunal de Turín, en el juicio de apelación contra Dell'Utri[302]. Spatuzza, desde 1980 hasta 2000 había pertenecido a la organización mafiosa Cosa Nostra y fue condenado a varias cadenas perpetuas por «una cuarentena de asesinatos, secuestros de personas y atentados». Formaba parte de la familia de Giuseppe Graviano. En el juzgado de Turín relató que Dell'Utri era el hombre puente entre la mafia y Berlusconi. En 1994 Spatuzza se reunió con el capo Graviano: «Me dio dos nombres, entre ellos el de Berlusconi», afirmó ante el juez el «arrepentido». «Yo pregunté si era el de Canale 5 y me dijo que sí, y que también estaba un paisano nuestro, Dell'Utri. Graviano dijo que gracias a la seriedad de estas personas teníamos el país en nuestras manos».

En cuanto al ideario y principios de Dell'Utri bastan algunas perlas: «Mussolini perdió la guerra porque era demasiado bueno. […] He descubierto en los diarios de Mussolini la figura de un gran hombre»[303], «A mí la política me importa un pito, yo fui candidato para no terminar en prisión»[304].

La presencia de Marcello Dell'Utri, al más alto nivel de Telecinco en España muestra hasta qué punto la parte más oscura de las finanzas corruptas italianas y la mafia se instalaron en el panorama audiovisual español. La capacidad de este político y financiero italiano para evadir la prisión es impresionante; la demuestra cada día en su país y la demostró en España tras diez años de proceso judicial. El juez que logró encarcelar a Pinochet no pudo con Dell'Utri ni con Berlusconi.

Alejandro Echevarría

Nacido en Bilbao, fue consejero delegado del Grupo Correo desde 1980 hasta febrero de 2001. Ha sido presidente de la AEDE, presidente de Editores Asociados para la Televisión Independiente (TEVISA) y presidente del Círculo de Empresarios Vascos 2005 y 2006.

En la actualidad, es presidente de Telecinco desde el 15 de mayo de 1996. También es consejero de Endesa, Tubacex, Acciona, Consulnor y CVNE; presidente de Uteca (Unión de Televisiones Comerciales Asociadas) y patrono de las fundaciones Novia Salcedo, Plan España y FAD[305]. Alejandro Echevarría perteneció al consejo de administración de Vocento hasta marzo de 2008, fecha en que este grupo comenzó su desinversión en el canal de televisión. Sin embargo siguió vinculado a Vocento y perteneciendo a los consejos de administración de las sociedades editoras de *El Correo*, *El Diario Vasco* y *El Diario Montañés*.

Su concepto de televisión lo mostró cuando afirmó que Telecinco es «una empresa que produce televisión para vender publicidad». Posteriormente añadió que la frase se había sacado de su contexto[306]. Más tarde, preguntado como presidente de la Uteca sobre fórmulas y modelos de futuro de la televisión respondió que «cualquier modalidad que sea capaz de aportar un ingreso será lógicamente positiva»[307]. O dicho de otra manera, todo lo que dé dinero sirve. Desde su cargo en la patronal de televisiones comerciales también se pronunció por la existencia de un consejo audiovisual, pero que había que vigilar «más la televisión pública que la privada», en cambio para los contenidos se mostró partidario de la «autorregulación»[308]. Asimismo ha sido un defensor de la concentración de medios, según afirmó: «La dimensión de las empresas de comunicación en España es limitada en comparación a las de nuestro entorno». En su opinión cualquier legislación que trate de limitar la concentración de medios en pocas firmas «no será inteligente y tampoco justa, porque hoy en nuestro país la pluralidad está garantizada»[309].

Sueldos millonarios

Según el último informe anual de política redistributiva disponible en la web de Gestevisión Telecinco, los consejeros de la empresa recibieron en 2008 en concepto de retribución anual fija y dietas de asistencia 1.244.500 euros. A ello

hay que sumar lo retribuido al presidente y a los consejeros delegados. Así, el presidente del consejo de administración, Alejandro Echevarría Busquet, cobraría 808.302,56 euros y los consejeros delegados Paolo Vasile y Giuseppe Tringali, 1.183.160,96 y 1.144.026,79, respectivamente[310]. Además hay que añadir los derechos sobre acciones, las denominadas *stock options*. En el ejercicio 2008 les concedieron a ambos 154.675 derechos de opción, equivalentes a 154.675 acciones, ejecutables a partir del 30 de julio de 2011 hasta el 29 de julio de 2013 y cuya liquidación se efectuará mediante entrega de los valores previo pago de un precio fijado en 8,21 euros. Una de las curiosidades de la política de retribución a los miembros del consejo de administración es que el hijo del Silvio Berlusconi, Pier Silvio Berlusconi, cobró 60.000 euros en 2008 como miembro del consejo de administración sin haber asistido a ninguna reunión. Eso sucede porque la política de la empresa es pagar esa cantidad como retribución fija a la cual se suman luego las dietas de asistencia a las reuniones.

CAPÍTULO IX
Unidad Editorial

Unidad Editorial nace como resultado de la fusión de Grupo Recoletos y Unedisa en 2007. El grupo está presidido por la historiadora y académica Carmen Iglesias, quien fue tutora de la infanta Cristina en 1984 y después preceptora de Felipe de Borbón.

Medios impresos

Diarios

El Mundo, *Expansión*, *Estadio Deportivo* (diario deportivo andaluz en copropiedad con Prensa Ibérica), *Diario Médico y Gaceta Universitaria*.

Revistas y seminarios

Metrópoli, *Magazine* y *El Cultural*, suplementos del diario *El Mundo*.
Fuera de serie, suplemento del diario *Expansión*.
Telva y *Yo Dona*, dedicados a la mujer y que también se distribuyen con *El Mundo*.
Actualidad Económica, revista económica.
Descubrir el Arte y *La Aventura de la Historia*, revistas culturales.
MarcaMotor y *Golf Digest*, revistas deportivas[311].
Xbox, de videojuegos.
Correo Farmacéutico.
Además posee las editoriales españolas La esfera de los libros y Sieteleguas.

Audiovisual

Radio Marca (deportiva).
Unión Liberal de Radio, de la que es socio al 45 por 100, junto con Libertad Digital (55 por 100). Posee una frecuencia en la Comunidad de Madrid, concedida por Esperanza Aguirre, por la cual emitirá la radio de Libertad Digital, esRadio, que comenzó a emitir en septiembre de 2009.
Veo TV. Una de las empresas concesionarias de una licencia nacional de TDT terrestre. Opera dos canales (Veo7 y AXN) y un tercero, calificado de servicio adicional, llamado Tienda en Veo.
En Veo7 tiene un acuerdo con Libertad Digital para emitir la tertulia de Jiménez Losantos de su programa esRadio.
AXN, aunque con licencia de Unidad Editorial, era propiedad de Sony Entertainment Television (SET). En mayo de 2010 un acuerdo entre Mediapro, Unidad Editorial y SET permitió que AXN se sumara a la plataforma de TDT de pago impulsada por Mediapro.
Entre sus medios locales, se encuentra el canal EM2 para Madrid.
El grupo también cuenta con la productora El Mundo TV, encargada de los programas de investigación y de perfil más periodístico; Mundo Ficción, destinada a realizar los proyectos de ficción; y EM3, dedicada a desarrollar programas de entretenimiento.

Fuera de España

La salida del Grupo Pearson y la compra por los italianos de RCS supuso abandonar la participación en medios extranjeros. Lo que no quiere decir que la casa matriz RCS no los tenga, como veremos más adelante.
En Chile. Hasta 2005 fue copropietario de Ediciones Financieras, la empresa que edita *El Diario Financiero*, el primer periódico de información económica en Chile.
En Argentina. Hasta 2006 fue propietario de Sadei, S.A., sociedad editora de *El Cronista*, diario de empresas, economía y finanzas; y de Mind Opener, S.A., sociedad también argentina, que edita tres revistas especializadas en diferentes ámbitos del mundo empresarial y económico.
En Portugal. En junio de 2008 vendió a un fondo de inversiones la editora lusa Económica SGPS, que publicaba el periódico *Diario Económico* y la revista

Semanario Económico.
Participación en otras empresas y acuerdos con otros grupos
En mayo de 2006 Veo TV firma un acuerdo de licencia de contenidos con Sony Pictures Television International (SPTI) cuyo resultado fue Sony Entertainment Television en Veo. Después pasó a llamarse AXN y, como ya señalamos anteriormente, se sumó a la plataforma de TDT de pago impulsada por Mediapro.
Nexum, empresa participada al 50 por 100 entre El Mundo TV y Europa Press.
Tesamun, una sociedad entre las productoras Tesauro y El Mundo TV destinada a producir formatos de ficción.
Unidad Editorial colabora con TRACOR, el Instituto de las Artes de la Comunicación, y su área de Conferencias y Formación a través de las empresas de su división audiovisual El Mundo TV y Veo7, en la impartición de dos programas de posgrado: el Máster en Producción de Televisión y el Máster en Reporterismo e Investigación en Televisión.

Historia

Como señalábamos al inicio, Unidad Editorial es el fruto de la fusión del Grupo Recoletos y Unedisa[312]. Veamos la evolución de ambas entidades.

Recoletos

Los orígenes del Grupo Recoletos se remontan a 1977 cuando un grupo de periodistas, formado por J. M. García-Hoz, A. Juan Kindelán, L. Infante y Juan Pablo de Villanueva, crearon diversas empresas para comprar las publicaciones *Actualidad Económica*, *Telva*, *Marca* y *Expansión*. En 1988 se asocian al grupo británico Pearson, propietario de *Financial Times*. Seguidamente, a principios de los noventa, crean la sociedad Pool de Medios, S.A. para impulsar el desarrollo de prensa gratuita como *Gaceta Universitaria* o *Diario Médico*, en 1992. Ese año se fusionan todas las empresas editoras y nace Recoletos Compañía Editorial, S.A. En principio el grupo original de españoles poseía el 58 por 100, Pearson el 25 por 100 y el Grupo Correo el 17 por 100, pero Pearson acaba comprando las acciones del Grupo Correo y parte de las que poseen los

accionistas promotores. En 1994, Pearson posee el 56,72 por 100 de las acciones de Recoletos.

En 1996 adquiere el 15 por 100 del capital social de Ediciones Financieras, sociedad chilena editora de *El Diario Financiero*, posteriormente llegaría al 86 por 100 de las acciones.

En 1997 Recoletos entra en Vía Digital, plataforma de televisión digital por satélite.

Al año siguiente Telefónica invierte en el grupo quedando el accionariado de la siguiente forma: 76 por 100 Pearson, 20 por 100 Telefónica, 4 por 100 socios fundadores. Al mismo tiempo, Recoletos adquiere el 10 por 100 de las acciones de Antena 3 TV. En estas fechas inicia las emisiones de Expansión TV, canal de televisión de información económica.

A finales de 1998 la empresa adquiere el 30 por 100 de Unedisa, sociedad editora del periódico *El Mundo*, participación de la que se deshará en 2003. Pearson compra a Telefónica su participación del 20 por 100.

Recoletos cederá a RTL Group sus participaciones del 10 por 100 y el 5 por 100 en Antena 3 TV y Vía Digital, respectivamente, a cambio del 1,8 por 100 del capital social de RTL. Obtiene una licencia de televisión digital a través del consorcio Veo TV.

A principios de 2001 nacen Radio Marca Madrid y Radio Marca Valencia.

En diciembre de 2004 Pearson dejó definitivamente el holding debido a la pérdida de lectores de *Expansión* y la futura aparición de *20 Negocios* (periódico económico gratuito), unido a las diferencias editoriales ya que el periódico *Expansión* se alejaba cada vez más de la línea del Financial Times. Vende su participación mayoritaria al consorcio español Retos Cartera —formado por directivos del grupo junto a otros inversores individuales y Banesto, con un 28,6 por 100 de la sociedad.

En 2007 RTL compra el 100 por 100 de Recoletos. En ese momento, según comunicó a la CNMV, estaba participado por el fondo de capital riesgo Providence, con un 25,50 por 100; Financial Retos Partners (23,18 por 100); Solter Investments (12,5 por 100); el equipo gestor (12 por 100); sociedades asesoradas por Mercapital (7,5 por 100); Kutxa (5 por 100); Caja Navarra (5 por 100); Investindustrial (5 por 100); Sociedad de Administración de Valores Mobiliarios (2,32 por 100); y Banesto (2 por 100)[313].

Unedisa

Unedisa aportó al Grupo Unidad Editorial el diario *El Mundo*, la publicación femenina *Yo Dona*, las revistas *Descubrir el Arte* y *La Aventura de la Historia*, el Canal Mundo Producciones Audiovisuales y la editorial La esfera de los libros.

La empresa se constituyó en 1989, después de que Pedro J. Ramírez y Alfonso de Salas fueran destituidos de sus puestos en el Grupo 16, según denunciaron, por motivos políticos debido a sus investigaciones críticas contra el Gobierno de Felipe González. El 23 de octubre de ese año sale a la calle el gran proyecto de Unedisa, el diario *El Mundo*. Los responsables intentaban presentar el proyecto como colectivo y participativo. Afirmaban que «el capital del periódico está fragmentado en participaciones inferiores al 10 por 100, distribuidas entre más de 400 accionistas (buena parte de ellos empleados de la propia empresa)»[314]. Roberto Montoya, hoy ya fuera del periódico, fue responsable de Internacional, afirma que

> *El Mundo* nunca fue algo parecido a una cooperativa. El banquero Mario Conde fue el primero o uno de los primeros accionistas. Los directivos, gente como Pedro J. Ramírez, Alfonso de Salas (en la parte económica), J. Fernández, Alfonso Rojo y el resto de fundadores, tenían un paquete de acciones y ofrecieron a los *curritos* comprar participaciones, pudiendo pagarlas de sus propias nóminas, pero los trabajadores nunca tuvieron un porcentaje significativo. Jamás hubo espíritu de cooperativa, ni a nivel de las decisiones económicas ni a nivel de la línea editorial ni nada de nada[315].

En 1991, el grupo italiano Rizzoli-Corriere della Sera (RCS) adquiere el 45 por 100 del capital. Los directivos y profesionales acumulaban un 26 por 100 y Banesto (Mario Conde) un 4,5 por 100. Tal como alardeaban en el diario, «*El Mundo* se había convertido, entre tanto, en elemento determinante de la vida española como consecuencia de sus revelaciones sobre los casos Filesa, Ibercorp, GAL, Fondos Reservados o Cesid»[316]. El 28 de noviembre de 1998 *El Mundo* y el Grupo Recoletos establecen una gran alianza estratégica por la

que Recoletos adquirió entre el 20 por 100 y el 30 por 100 del capital de Unidad Editorial y se adhirió al pacto entre el Grupo Rizzoli y los fundadores de *El Mundo*.

El periodista José Díaz Herrera cuenta en su libro *Pedro J. Ramírez al desnudo*, el pelotazo que algunos directivos del periódico hicieron en este periodo con los trasvases de accionariado. Conocedores los componentes del núcleo dirigente del diario del interés de Recoletos por comprar acciones de *El Mundo*, crearon una sociedad de inversiones con el objetivo de adquirir el pequeño paquete que tenían algunos de los profesionales al 200 por 100 de su valor nominal. Así lo cuenta Díaz Herrera:

Otros muchos periodistas ajenos al «chanchullo» que se traían entre manos Pedro J. Ramírez y Alfonso de Salas, cuya lista se haría interminable, se desprendieron de los títulos adquiridos en 1989 y 1991 para que «*El Mundo* fuera suyo». Endeudados hasta las cejas en algunas ocasiones para que nadie arrebatara a la sociedad el derecho a recibir información libre y pluralista, forzados a vender antes de tiempo porque nadie les informó de los «manejos» de sus jefes, su esfuerzo se convertía a partir de 1998/1999 en un negocio de cuatro espabilados[317].

En opinión de Díaz Herrera,

> la compra de la participación de *El Mundo* por Recoletos escondía en realidad uno de los mayores «pelotazos» de la prensa española de los últimos años para unos pocos elegidos. Así, mientras una parte de la redacción vende anticipadamente sus títulos al 200 por ciento al carecer de información privilegiada, los «jefes» lo hacen al 520 por ciento y los superjefes, el núcleo duro, esperan al 2002 o 2003 y obtuvieron plusvalías de 1.900 por 100 e incluso más[318].

El Grupo Rizzoli mantendrá, con su participación del 45 por 100 en el capital de Unidad Editorial, su condición de principal accionista. Entre los negociadores del acuerdo se encontraba Cesare Romiti, recién nombrado presidente del Grupo Rizzoli, tras dejar la presidencia de Fiat. Según informó *El Mundo*, «Romiti se ha implicado personalmente en la negociación de los acuerdos dentro de su nueva etapa de activa dedicación a la empresa periodística»[319]. Dos años

después, mientras seguía siendo presidente de Rizzoli, Cesare Romiti fue condenado en Italia, en firme, a once meses y diez días de prisión por «falsedad contable» relativa al periodo en el que fue directivo de la Fiat. La condena terminaría anulada gracias a las reformas legales introducidas por Berlusconi por las cuales la falsedad contable dejaba de ser delito.

Más tarde, en 2003, Recoletos vende a Rizzoli su 30 por 100 de acciones de Unedisa, lo que convertía a los italianos en propietarios del 87 por 100 de la editora de *El Mundo*. En esa época, algunos otros altos directivos del periódico pegaron otro «pelotazo» vendiendo sus acciones, ahora a los italianos. Por ejemplo, Pedro J. Ramírez se embolsó «entre 1999 y 2003 alrededor de 2.000 millones de pesetas por la venta de los títulos que le correspondían por la autocartera de Unidad Editorial y otros propios»[320]. Así lo explica Juan Carlos Escudier, uno de los periodistas de *El Mundo* que vendió sus acciones antes de que llegasen Recoletos y Rizzoli con el talonario:

> Ramírez conoce, porque es un periodista de una pieza, que los accionistas italianos de su medio van a comprar en un plazo de meses acciones del periódico con una prima del 500 por 100. ¿Qué hace el avispado informador? Ofrece a algunos trabajadores de *El Mundo*, a través de una sociedad instrumental en la que figura él mismo, comprar esos mismos títulos al 200 por 100. La libertad de mercado es uno de los pilares de la libertad de expresión[321].

No fue Pedro J. el único que hizo negocio. Según revela José Díaz Herrera, Balbino Fraga —uno de los fundadores— vendió unas acciones que le costaron poco más de 79 millones de pesetas por 1.500 millones; y Juan González y Alfonso de Salas vendieron las suyas por dos mil millones[32].

Todo para los italianos

En febrero de 2007, la italiana RCS MediaGroup —controlada por un pacto sindicado de accionistas de bancos y grupos industriales— propietaria ya del 96 por 100 de Unedisa, compra el 100 por 100 del Grupo Recoletos por 1.100 millones de euros. Pocos meses después, en junio, la junta extraordinaria de las

entidades aprobó la fusión de Unedisa y Recoletos, cuya sociedad resultante se denomina Unidad Editorial. Como consecuencia se produce la fusión por absorción de las sociedades Financial Retos Partners, S.A., Sociedad Unipersonal; Recoletos Grupo de Comunicación, S.A.; Novomedia, S.A., Sociedad Unipersonal; Global Danegeld, S.L., Sociedad Unipersonal; BOJ Media, S.L., Sociedad Unipersonal; Tu Salud Servicios Interactivos, S.L., Sociedad Unipersonal y Ediciones Reunitel, S.L., como sociedades absorbidas, y Unidad Editorial, S.A., como sociedad absorbente. Tras la fusión, el grupo procederá a aportar las distintas ramas de actividad a sociedades limitadas, de nueva constitución. Cuando culmine el proceso, colgarán directamente de la sociedad matriz —Unidad Editorial— cuatro filiales. Una de prensa diaria —*El Mundo*—, otra de prensa económica —Expansión—, una tercera de prensa deportiva —Marca— y la cuarta con las revistas del grupo. Esta última filial integrará a *Actualidad Económica*, *Descubrir el Arte*, *La Aventura de la Historia*, *OKS*, Sieteleguas, *Golf Digest*, *Xbox*, *Magazine*, *Fuera de serie*, *Yo Dona* y *Telva*. Además se crearán las correspondientes filiales de televisión y radio, internet, distribución e impresión[323].

Según el Registro Mercantil, en diciembre de 2007 los italianos de RCS MediaGroup quedan como propietarios del 96,43 por 100 de las acciones, dato que no aparece en la web de Unidad Editorial. Como accionista de una cantidad indeterminada se encuentra el empresario español Pedro Ballvé Laterno, presidente del Grupo Campofrío. Así se pueden entender las complacientes entrevistas que publicaban *El Mundo* en marzo de 2008[324] y *Expansión* en diciembre del mismo año[325], o informaciones del tipo «Ballvé da un golpe de mano en el mercado cárnico europeo», «Campofrío se convierte en el principal grupo de Europa y uno de los cinco mayores del mundo tras su fusión con el grupo Smithfield Foods»[326]. Otro accionista minoritario es Parques Reunidos de Madrid.

Es el momento de recordar lo que decía el editorial de *El Mundo* el día de su aparición, 23 de octubre de 1989:

> *El Mundo* será en la práctica de sus lectores porque los trescientos accionistas que hemos construido su capital social lo hemos hecho concurrriendo a un proyecto cuyas reglas de juego están nítidamente

> definidas de cara a garantizar su independencia.
> *El Mundo* no tiene «amo», y por eso jamás utilizará la información como elemento de trueque u objeto de compraventa en el turbio mercado de los favores políticos y económicos.

Ocho años después el resultado está en las antípodas de aquellas declaraciones. Un gran grupo empresarial extranjero es el dueño del periódico y los que iniciaron el proyecto se han forrado especulando con las acciones o se han visto obligados a vender. Veamos ahora quiénes son los «amos» de Unidad Editorial, ésos que decían en *El Mundo* que nunca tendrían.

Rizzoli-Corriere della Sera

RCS Group, en Italia, es editor de *Corriere della Sera* (el periódico más importante del país), *La Gazzetta dello Sport* y el gratuito *City*. También posee numerosas revistas, que en su web diferencia entre familiares, masculinas, femeninas y especializadas[327]. Cuenta con más de una docena de editoriales, entre las que destacan Bompiani, Rizzoli, Fabbri, Sonzogno y Adelphi, en España es propietario de La Esfera de los Libros. En televisión, al margen de Unidad Editorial, a través de la empresa Digicast posee cuatro canales temáticos especializados que distribuye en Italia a través de la plataforma Sky. Además, mediante Sailing Channel International, difunde en 25 países europeos con 50 plataformas de pago. En radio maneja, también en Italia, tres emisoras de ámbito nacional.

El origen de la editorial Rizzoli se remonta a 1927, cuando Angelo Rizzoli adquiere varias revistas italianas. Posteriormente publicaría varios semanarios y en 1974 compró a la familia Cespi la editorial Corriere della Sera. En 1983 algunos directivos de Rizzoli-Corriere della Sera (Angelo Rizzoli, nieto del fundador, y el administrador delegado Bruno Tassan Din) se vieron envueltos en el escándalo del Banco Ambrosiano y de la P2 (logia masónica italiana). Tras una grave crisis financiera, Angelo Rizzoli se ve obligado a vender la totalidad del grupo editorial a Gemina (holding perteneciente a la familia Agnelli) y a diferentes accionistas.

En la actualidad, entre los accionistas de RCS, según consta en la Commissione

Nazionale per le Società e la Borsa de Italia, en el primer trimestre de 2010[328], aparecen las siguientes firmas, en su mayoría bancos y financieras: Mediobanca Spa (14,209), Giovanni Agnelli & C. Sapa (10,497), Efiparind BV (7,748), Rotelli Giuseppe (empresario de sanidad) (7,546), Premafin Finanziaria Spa Holding Di Partecipazioni (5,461), Della Valle Diego (zapatos) (5,499), Pirelli & C.Spa (5,166), Si.To. Financiere, S.A. (5,140), Edizione SRL (Benetton) (5,100), Intesa Sanpaolo Spa (5,065), Assicurazioni Generali Spa (3,957), Banco Popolare Società Cooperativa (3,634), Merloni Francesco (2,090), Sinpar Società di Investimenti e Partecipazioni Spa (2,060), Mercado (16,828). La mayoría de los accionistas de RCS se agrupan en el denominado Pacto de Sindicato que controla el 63,540 por 100 del accionariado. Repasemos el perfil de algunos de estos accionistas.

El principal es Mediabanca (14,209 por 100). Se trata del tercer grupo bancario italiano. Entre sus empresas se encuentran bancos en Suiza y Luxemburgo, países considerados hasta 2009 paraísos fiscales por la OCDE. Otra curiosidad es que Mediabanca comparte accionariado con otras empresas italianas que participan en grupos de comunicación competidores en España. Por ejemplo con DeAgostini en Lottomatica, el ente que maneja la lotería y otros juegos de azar en Italia. DeAgostini se alía en España con Planeta para crear Planeta-DeAgostini que gestiona medios como Antena 3 y el diario *La Razón*. Pero simultáneamente es dueña, a través de RCS, de *El Mundo*.

El 45 por 100 del accionariado de Mediabanca lo componen un colectivo de 55.000 accionistas estables, pero en su mayoría importantes empresas italianas, que conforman el «acuerdo de bloque» *(accordo di blocco)*, que supone el accionariado estable del grupo. Entre ellas destaca Unicredit, con el 19,23 por 100 del citado bloque, que es el mayor banco de Italia con presencia en 22 países. El 55 por 100 del accionariado restante se considera «flotante»[329] (cotiza en Bolsa). El presidente del comité directivo de este bloque es Cesare Geronzi. El periodista de investigación Marco Travaglio explicó en 2007, en el programa estrella de la Rai *Annozero*, quién era Cesare Geronzi:

> Fue amigo de los principales políticos italianos de todo el espectro ideológico. Podemos dudar de que algunos bancos, como algunos partidos políticos, seleccionen a sus dirigentes inspirándose en la película

> *Sillas de montar calientes*[330]. Por ejemplo, este zorro de Cesare Geronzi, que a los setenta y tres años es el amo del sistema financiero italiano y tiene una condena en primera instancia a veinte meses de prisión por la bancarrota de la inmobiliaria Italcase. Ha tenido dos condenas de inhabilitación y tiene cinco juicios por quiebra y hasta dos por usura. […] Tres de ellos se refieren al crac de Cirio y Parmalat […]. Creo que en Estados Unidos no le dejarían ni siquiera tocar un dólar ajeno, pero en Italia los juicios parecen un poco como el medicamento rejuvenecedor Gerovital, ayudan a prolongar la vida. Nos preguntaríamos: si se dice que este hombre es el patrón del capitalismo italiano, ¿por qué se habla tan poco de él? Precisamente porque es el patrón del capitalismo italiano, por eso se habla tan poco. Es verdad, como decía Craxi, que todos los zorros, tarde o temprano, terminan en la peletería. Pero el problema es, ¿y si la peletería la gestiona el zorro?

Una premisa. Geronzi es absolutamente inocente hasta la sentencia final, aquí no estamos hablando de cuestiones penales, la cuestión es más bien, ¿cuál sería el banco que pondría en la ventanilla o en la caja a una persona que tiene siete juicios por bancarrota o por usura? De hecho, no es el caso, Geronzi no está en la caja, es el presidente.

Este verano ha sido nombrado presidente del comité de vigilancia de Mediobanca, prácticamente el zorro cuidando el gallinero. A través de Mediobanca, Geronzi controla una buena porción del *Corriere della Sera*, Generali, Telecom —que tiene también un canal de televisión, La 7— y ahora deja entrar en el grupo dominante de Mediobanca a Berlusconi[331].

Cesare Geronzi demandó por difamación a Marco Travaglio por estas declaraciones. Sin embargo, en diciembre de 2009, la justicia italiana decretó el archivo de la causa. Geronzi entró en marzo de 2010 a formar parte del consejo de administración de RCS.

Como señalaba Travaglio, una curiosidad es que dentro de Mediobanca también se encuentra Berlusconi a través de su empresa Fininvest, incluso su hija, Marina Berlusconi, entró en el consejo de administración de Mediabanca en septiembre de 2008[332]. Una vez más tenemos a los mismos propietarios italianos en una empresa de comunicación española y en su competidora, recordemos que

Berlusconi es el propietario en España de Telecinco, y posteriormente de Cuatro. No parece que los principios neoliberales de competencia empresarial puedan aplicarse en el panorama mediático español porque encontramos a los mismos dueños en todos los grupos.

Pero sigamos con los accionistas de RCS. El siguiente en importancia es Agnelli (10,497 por 100), dueño de la automovilística Fiat, y también de industria pesada, como armamento, con lo cual es el dueño del principal complejo industrial de Italia. Agnelli se desenvolvió económica y políticamente bien con la dictadura de Mussolini y con la democracia posterior. Fue durante el fascismo cuando Agnelli fabricó aviones de guerra con los que se bombardearon, por ejemplo, objetivos civiles en colaboración con las tropas franquistas en la Guerra Civil Española. Entre ellos, se encontraban los Fiat CR.32, que formaron el núcleo central de la Aviación Legionaria, cuerpo expedicionario italiano que participó en apoyo al bando nacional. Algo más de 400 aparatos se utilizaron en la guerra desde agosto de 1936. Los CR.32 integrarían diversas escuadras italianas, así como unidades españolas del ejército franquista. Una de las masacres que perpetraron los aviones de Agnelli fue el 2 de abril de 1936 cuando la población civil y el casco urbano de Durango fueron objetivos de ataques aéreos que lanzaron 281 bombas con 14.840 kilos de explosivos, que causaron la muerte de más de 336 personas[333]. Los escrúpulos de Agnelli no parece que mejoraran con los años. A finales del siglo pasado, Fiat fue propietaria del 50 por 100 del grupo industrial Valsella, líder en la producción de minas antipersona, y aunque Fiat ya salió de ese conglomerado empresarial en 1994, las minas siguieron explotando en lugares como Sahara o Kurdistán, según denunció Nicoletta Dentico, directora ejecutiva de Médicos sin Fronteras en Italia, durante la presentación en Roma de la campaña de 2002 contra las minas antipersonas[334].

Los negocios de armas de Valsella han sido muy polémicos. Estuvo acusada de vender armas a Irán en 1987 durante la guerra de este país con Iraq, según denunció el Osservatorio Permanente sulle Armi Leggere de Brescia, lo que provocó la intervención de la Guardia de Finanzas italiana[335]. Pocos años después, *The Wall Street Journal* denunció lo que denominó la «Fiatconnection», que consistió en que en 1991 «una empresa italiana de armamento propiedad al cincuenta por ciento por Fiat exportó millones de minas antipersona al régimen

de Sadam Hussein en Iraq»[336]. Paradójicamente, la Fiat también participó en la construcción del misil Patriot, cuyo uso por la coalición estadounidense fue clave para la victoria de la primera Guerra del Golfo contra Sadam. De este modo los accionistas de Unidad Editorial lograron obtener beneficios vendiendo armas a los dos bandos en conflicto.

La influencia de Agnelli en el diario *El Mundo* se muestra en la siguiente anécdota que sucedió en 1992 y fue hecha pública por el periodista Andrés Sánchez Díaz. En el verano de ese año, «*El Mundo* se atrevió a reproducir informaciones aparecidas en la revista *Point de Veu* (francesa) y *Oggi* (italiana), sobre los devaneos del Rey con la decoradora mallorquina Marta Gayá. Corrió el rumor de que había sido culpa de Mario Conde. Y se montó una gresca impresionante. El Rey llamó personalmente a Conde, y Conde dijo que no tenía nada que ver. El Rey también llamó a su amigo Giovanni Agnelli, máximo accionista de *Oggi*. Y Agnelli llamó a Unidad Editorial, matriz empresarial de *El Mundo*, pidiendo la cabeza de Pedro J. Se evitó *in extremis*, en un almuerzo de reconciliación entre Conde y el Rey, al que llegó a los postres el propio Pedro J.»[337].

El siguiente accionista en importancia es Epifarind BV (7,748 por 100), que es propietario de bancos, entre otros muchos lugares, en paraísos fiscales como Suiza y Luxemburgo.

Entre los accionistas que son personas físicas, el mayor porcentaje corresponde a Giuseppe Rotelli (7,546 por 100), un ex socialista, líder de la sanidad privada italiana. Se promociona como candidato a la presidencia de RCS a pesar de haber sido investigado (julio 2008 y febrero 2009) por la Fiscalía de Milán por falsificación de informes clínicos que produjeron un desfalco por valor de dos millones de euros a las arcas públicas italianas[338]. La investigación terminó en diciembre de 2009, pendiente de juicio por estafa, daño al servicio sanitario nacional y falsedad de informes clínicos.

Nombres propios

Pedro J. Ramírez

Cofundador y actual director de *El Mundo*. Miembro de la Junta de Fundadores de Unidad Editorial.

Casi 700 páginas necesitó su biógrafo José Díaz Herrera en 2009 para desgranar la actividad periodística —y más que periodística— del director de *El Mundo* en el libro *Pedro J. Ramírez al desnudo*[339]. Y no es el único libro, Eduardo Martínez Rico escribiría también *Pedro J. Tinta en las venas*, en 2008, y anteriormente, en 1995, Esther Esteban, *El tercer hombre. P.J. la pesadilla de F.G.*

Desde 1980, cuando con veintiocho años le nombraron director de *Diario 16*, ha sido director de periódico. Según Díaz Herrera, «desde Mariano José de Larra, no ha existido en España un periodista más conocido y con más poder que él, […] ha puesto y quitado ministros y presidentes de Gobierno a su antojo, tiene en sus manos a banqueros y a grandes empresarios». Según el biógrafo, «mientras los ejecutivos de Rizzoli-Corriere della Sera entraban a pares en la cárcel San Vitore de Milán —y salían con la misma facilidad—, Ramírez se empeñó en España durante 14 años en criminalizar a toda una clase política…».

Entre 1975 y 1980 trabajó en *ABC* y el 17 de junio de 1980 fue nombrado director de *Diario 16*. Le cesaron el 8 de marzo de 1989 y seis meses después puso en marcha el diario *El Mundo*[340]. Su papel en la caída del Gobierno de Felipe González tras numerosos escándalos de corrupción y los crímenes del terrorismo de Estado fue fundamental. Pedro J. Ramírez siempre estuvo en el ojo del huracán. Ha destapado tantos escándalos como ha protagonizado y nunca ha ocultado su interés por influir en políticos y gobernantes. Pocos dudarán en considerarlo el periodista más influyente de España[341]. El periodista y ex presidente de *El Periódico*, Antonio Franco, dijo que «Pedro J. encarna muy bien estos periodistas que se erigieron como un símbolo para intentar ser los directores espirituales de la política de este país por encima de la gente escogida democráticamente».

La mayoría de los que le conocen —políticos incluidos— coinciden en que no se puede definir una clara ideología política en el director de *El Mundo*. El senador del PNV Iñaki Anasagasti afirmó que «la ideología de Pedro J. es la de vender periódicos. No tiene otra». José Díaz Herrera recuerda que quien hizo bandera periodística de la denuncia de los GAL y su relación con el Gobierno de Felipe González, años antes «pidió primero que el Ejército, al margen de las

instituciones, acabara con ETA[342], después pretendió la pena de muerte para los terroristas[343] y, por último, escribió decenas de artículos y editoriales defendiendo a los GAL».

Pedro J. no sólo ha sabido moverse bien en el periodismo y la política, sino también en los negocios como hemos visto en los movimientos accionariales de su periódico. En la actualidad posee un 1 por 100 de acciones de Unidad Editorial, pero se trata de una participación a la que no le preocupa la evolución económica del grupo. Tiene un contrato de sindicación de sus acciones con Rizzoli con una cláusula especial, mediante la cual, si se marcha de la empresa o es despedido, sus títulos pasarán a ser adquiridos por *Corriere della Sera* al 3.000 por 100 de su valor facial[344]. Porque para llevar un periódico hay que saber mucho más que periodismo.

Hermanos Kindelán

Promotores del Grupo Recoletos, que posteriormente se integrará en Unidad Editorial. Tanto A. Juan Kindelán como su hermano Alejandro Kindelán están vinculados al Opus Dei. Igualmente sucede con Covadonga O'Shea, directora de la revista Telva, que también pertenece a Unidad Editorial.

Juan Kindelán fue miembro del Comité Español del World Monuments Found, del consejo asesor de la Escuela de Negocios ICADE y del patronato de la Fundación Codespa en 2002. Asumió la presidencia de la emisora radiofónica Onda Cero, en sustitución de Javier Gimeno, puesto que compatibilizó con las vicepresidencias de Marpetrol y Naviera Vizcaína. Preside Dixi Media Digital, la Fundación Worlwide Bioethics y Ediciones Cristiandad. Curiosamente como editor responsable de la empresa Dixi Media, propiedad los hermanos Kindelán, está Mario Tascón, quien fue, de 2000 a 2008, director general de contenidos de Prisacom, la compañía de internet de Prisa.

Piergaetano Marchetti

Desde 2005 es presidente de RCS MediaGroup y RCS Quotidiani. La web oficial de RCS le presenta como rector de la Universidad Bocconi y profesor de Derecho comercial, es uno de los mayores expertos en derecho societario y

derecho de los mercados mobiliarios y de los mercados financieros.
En 1997 formó parte del comité de juristas nombrado por el Ministerio de Economía y Hacienda italiano para la preparación del «Texto único sobre los mercados financieros y las sociedades cotizadas en la Bolsa» y es miembro del comité de garantía para las privatizaciones, creado por el Gobierno italiano en 1993.
Forma parte de la dirección de varias revistas jurídicas y es copresidente del comité directivo de «Economía y Sociedad Abierta»[345], un *lobby* económico que desarrolla su actividad en varios países europeos con la colaboración de grandes empresas italianas como Generali, UniCredit Group y Telecom Italia.

Situación financiera

Unidad Editorial Unedisa ya cerró el año 2007 en números rojos y con unas deudas superiores a los 1.000 millones de euros, según las cuentas que depositó en el Registro Mercantil. Su difícil situación financiera dejó el balance de cierre de año con un fondo de maniobra negativo de 116,5 millones, y sólo gracias al apoyo de su matriz, el grupo italiano RCS, pudo seguir como «empresa en funcionamiento», según la propia compañía. Las cuentas, además, se deterioraron por la caída de ventas de *El Mundo* y *Marca* y la crisis publicitaria, según RCS. Entre esa deuda destaca un préstamo de su accionista RCS Investimenti de 720 millones con vencimiento el 30 de junio de 2015 y tres pólizas de crédito de 50 millones cada una con las entidades BBVA, Santander y Banesto con vencimiento en junio de 2009, renovables hasta diciembre de 2010. Mientras que su grupo matriz recibe un interés del 7,1 por 100 por el préstamo, los bancos le cobraron un tipo de interés del 4,94 por 100. Además de esos 870 millones, Unidad Editorial, S.A., tenía otros préstamos a corto plazo de empresas del grupo por 168 millones (incluyendo otros 45,5 millones de RCS) y pasivos comerciales por 130,7 millones más. Ésas son las cifras de deuda incluso tras una ampliación de capital realizada en 2007 en la que RCS le inyectó cerca de 200 millones[346].
La situación no ha mejorado con el paso del tiempo. En 2009, RCS sufrió pérdidas por valor de 129,7 millones de euros. El endeudamiento del grupo, de 1.057 millones, representa ya casi 30 veces el resultado bruto de explotación.

Los resultados ni siquiera permiten cubrir el pago de los intereses de su abultada deuda, una de las mayores de los grupos de comunicación en términos relativos, según opinaba *El País* en marzo de 2010. Parte de la mala situación de RCS se debe al pésimo comportamiento de la filial española, Unidad Editorial, cuyos ingresos se desplomaron a pesar de la reducción de plantilla, la venta de activos y los planes de eficiencia. Según *El País*, Unidad Editorial, que ya en años anteriores reconoció que necesitaba para su supervivencia el apoyo financiero de su matriz italiana, dada su elevada deuda y su incapacidad para hacer frente ellos mismos, prefirió no hacer público el resultado neto de sus operaciones. Portavoces del comité de empresa declaraban a Periodista Digital en abril de 2010 que habían solicitado las cuentas del grupo «pero se niegan a dárnoslas aunque están obligados por convenio. El año pasado tardaron cuatro meses en pasárnoslas». Aunque legalmente Unidad Editorial está obligada a depositar las cuentas en el Registro Mercantil, tampoco lo había hecho en esas fechas ya que prefería recibir una sanción económica por el retraso que dar a conocer la dramática situación financiera que atravesaba[347]. En mayo se supo que en el primer trimestre de 2010 Unidad Editorial perdió 11,6 millones[348].

El director financiero de Rizzoli, Riccardo Stilli, calificó la situación de «dramática» al referirse a España, poniendo el acento en la caída de ingresos, en especial los de publicidad. La situación también ha provocado tensiones entre la sede central de RCS MediaGroup y su sección española, Unidad Editorial. Los italianos escenificaron su malestar con la ausencia del presidente de RCS, Piergaetano Marchetti, en el acto del 20 aniversario de *El Mundo* que se celebró en el Palacio de los Deportes en noviembre de 2009. Allí se leyó un discurso escrito en nombre de Marchetti quien puso como excusa para su ausencia «un compromiso universitario ineludible»[349].

Conflictos laborales

Unidad Editorial no ha sido ajena a los conflictos laborales. Los directivos del periódico *El Mundo* han mostrado su contundencia a la hora de enfrentar las movilizaciones de los trabajadores. La plantilla del diario decidió secundar masivamente la huelga general del 20 de junio de 2002, ante lo cual la dirección del periódico recurrió a furgonetas policiales para trasladar los periódicos desde

la imprenta a los puntos de distribución. El redactor jefe de cierre de entonces, Francisco Frechoso, denunció en una tertulia televisiva que *El Mundo* había desinformado sobre la incidencia de la huelga en la redacción, y criticó que la policía hubiera asumido el traslado de los ejemplares del periódico. Como represalia, la dirección del periódico le prohibió la asistencia a esta tertulia en el futuro, lo que fue llevado a los tribunales por Frechoso. Tras un largo periplo judicial, el periodista ganó el juicio ante el Tribunal Constitucional que reconoció su derecho a la libertad de expresión. Paradójicamente fue un medio de comunicación quien desinformó sobre la incidencia de la huelga en su empresa y quien atentó contra la libertad de expresión de su redactor.

En mayo de 2009, la empresa presentó un pactado ERE que suponía el despido del 9 por 100 de la plantilla. Curiosamente, algunos meses antes, el 21 de enero, se celebraba en el auditorio de Unidad Editorial un seminario público titulado «Despidos colectivos y reestructuración de plantillas. Cómo planificar con éxito un ERE»[350]. En febrero de 2010 el Sindicato de Periodistas de Madrid denunciaba que Unidad Editorial aprovechó aquellos despidos para sustituirlos por becarios de modo que tenía «90 becarios haciendo trabajo ilegal después de despedir a 164 personas»[351]. De ellos, 30 eran becarios de *El Mundo* y Elmundo.es a los que se habían ampliado las prácticas para realizar el mismo trabajo que un redactor pero con contratos de becarios durante todo un año. Anteriormente *El Mundo* fue condenado a incluir en plantilla a ocho fotógrafos porque trabajaban en la redacción pero sin contrato[352]. Según los sindicatos, el recurso a los becarios y las nuevas contrataciones suponía violar los acuerdos de ese ERE. También denunciaron que, tras los despidos, Unidad Editorial contrató a profesionales a través de empresas de trabajo temporal[353].

Las condiciones laborales desiguales entre los diferentes medios del grupo también han generado conflictos. En marzo de 2010, los trabajadores de *Expansión* calificaron de «un agravio muy serio y muy injusto» la situación que vivían respecto a las condiciones salariales y beneficios de otros medios del grupo como *Marca* y *El Mundo*. Tras fracasar un acuerdo con los directivos de Unidad Editorial para homologar sus condiciones decidieron paros parciales durante ese mes. Finalmente los trabajadores aceptaron en un referéndum el capítulo económico del convenio colectivo, inicialmente rechazado. Las mejoras logradas se limitaron a poco más que al aumento de los cheques de comida en

medio euro, de 9 a 9,50[354].

CAPÍTULO X
Mediapro/Imagina

POSPRODUCCIÓN

Mediapro ofrece servicios de postproducción en España y Portugal a través de empresas como Molinare, Zeligstudio, Vídeo Efecto, Audioclip y Bikini. Cuenta con más 120 salas de posproducción distribuidas en los centros de producción de Madrid, Barcelona, Lisboa y Oporto.

CANALES DE TELEVISIÓN

A través de sus empresas filiales o participadas diseña y produce los siguientes canales: laSexta, GolTV, Real Madrid TV, Barça TV, NTV, Canal Canarias.

PRENSA ESCRITA

Público. La Voz de Asturias. Aunque no son exactamente propiedad de Mediapro, sus propietarios son los principales accionistas de este diario a través de Mediapubli.

CONTENIDOS DE TELEVISIÓN

Dedica gran parte de su actividad a la producción de informativos, magazines diarios, documentales, reportajes, programas de entretenimiento y series de ficción. Lo hace a través de la propia Mediapro y empresas como Media 3.14, Media Report, Media Sur, Ovideo TV, Mercuri y K 2000.

CINE

Directamente como Mediapro produce de tres a cinco películas al año, y con

Ovideo TV una o dos más.

ESPECTÁCULOS

Mediante Fila 7 se encarga de la producción y distribución de espectáculos de todo tipo. Programa las dos salas del Club Capitol de Barcelona y ha colaborado y programado la mayor parte de las salas de esta ciudad.

TRANSMISIONES

Abertis Telecom y Mediapro se unieron para prestar servicios de enlaces audiovisuales móviles y servicios fijos por satélite, alcanzaron un acuerdo para integrar en una empresa sus respectivos servicios de transmisiones y enlaces móviles de televisión en España.
Overon es la marca comercial de la nueva empresa creada por Abertis Telecom, Mediapro y GlobeCast para la prestación de servicios audiovisuales.

INGENIERÍA AUDIOVISUAL

Cuenta con la empresa Unitecnic y su filial en Portugal, Media Burst.

MARKETING Y COMUNICACIÓN

Posee Media Sports Marketing y Umedia.

Historia y accionariado

Fundado en 1994 por Jaume Roures, Mediapro dio el gran salto en 2005 al unirse a Globomedia para crear lo que el diario *El País* calificó de «gigante audiovisual»[355], que se llamaría Imagina Media Audiovisual. La fusión supuso la salida de Vocento de Globomedia, donde tenía el 24 por 100 de las acciones. Según su informe oficial, Imagina es la primera empresa española en producción de contenidos que alcanzarían el 25 por 100 de la programación de las cadenas nacionales. Produce también para Portugal, América Latina y Estados Unidos, en estos dos últimos a través de su filial Mediaworld. Imagina afirma ser la primera compañía española de derechos audiovisuales deportivos, cuenta con 3.500 profesionales y posee 36 estudios en todo el mundo.
Según el informe elaborado por la empresa de información comercial, financiera

y de *marketing* Informa D&B, S.A., Imagina es propietaria del 100 por 100 de las acciones de Mediaproduction Propierties BV y del 100 por 100 de Globomedia. El accionariado de Imagina está integrado por Torreal, S.A. (20 por 100) y WPP (20 por 100). Junto a ellas se encuentran otros propietarios como Witgoud Investment BV, Caribe Music, S.A., Daniel Arturo Écija Bernal (propietario de fondos de inversión SICAV) y Emilio Aragón.

Por su parte, Mediaproduction Propierties BV (radicada en Holanda) posee el 75 por 100 de Mediaproduccion, S.L. El otro 25 por 100 es de Equille Investments BV (también con sede en los Países Bajos). El hecho de poseer sociedades cabeceras en Holanda supone beneficio fiscal, y además otra ventaja muy deseada por empresas españolas; en aquel país no es necesario comunicar al Registro la identidad del accionariado de una empresa a no ser que se tenga el 100 por 100 de las acciones. De esta forma, si se trata de empresas que no cotizan en Bolsa, se puede ser propietario de una empresa española a través de otra registrada en Holanda y ocultar la identidad de las personas físicas que son las dueñas[356]. Se sabe que cuando se constituyó la cabecera Imagina, durante el primer semestre de 2006, ésta informó a los medios de comunicación de que el equipo fundador, compuesto por Jaume Roures, Tatxo Benet y Emilio Aragón, entre otros, conservaba la participación mayoritaria en la nueva sociedad[357]. La página oficial de Mediapro presenta el accionariado de Imagina distribuido entre un 60 por 100 los «socios fundadores», WPP 20 por 100 y Torreal 20 por 100. No se detalla más estructura orgánica ni accionarial, se limita a enumerar 40 nombres de personas que integran el equipo. Mediante informes de las empresas especializadas en información económica se observa que el administrador único de Mediaproducción es Jaume Roures, al que en diversos medios se le adjudica el 33 por 100 del accionariado[358]. Toda esta complejidad empresarial no parece que Roures la perciba así, «este edificio es todo cristal, transparente y diáfano, no hay nada que no se pueda ver», afirmó en una entrevista en marzo de 2009[359].

El entramado de Mediapro e Imagina es tan complejo que se necesitó poder acceder a la documentación presentada al juzgado por la empresa para solicitar la entrada en concurso de acreedores para que saliera a la luz parte de la trama. Sucedió en julio de 2010; Prisa y Mediapro estaban en plena guerra del fútbol (trataremos este asunto más adelante en este mismo capítulo), para evitar el

segundo el pago de una deuda reclamada por el primero por vía judicial solicitaron concurso de acreedores, la antigua suspensión de pagos. Esto le supuso a Mediapro entregar al Juzgado de lo Mercantil número 7 de Barcelona una documentación que mostrara su estructura empresarial y estado financiero, documentación a la que tuvo acceso Prisa y destapó a través de su diario económico *Cinco Días* bajo el elocuente titular «La enrevesada trama empresarial de Imagina, al descubierto»[360]. Según lo publicado por *Cinco Días*, se trataba de «una estructura compleja que incluye intereses y participaciones en una red de cerca de 150 sociedades de todo tipo: meramente instrumentales, gestoras de derechos, dedicadas a la producción audiovisual o cinematográfica, al mundo de la televisión o de la radio o, incluso, centradas en el sector inmobiliario». En cuanto a Mediapro, «tiene participaciones directas de control (50 por 100 o más del capital social) en 36 empresas del holding, está asociada a otras cuatro compañías con un peso accionarial más reducido (33 por 100 en tres casos) y mantiene vínculos con 11 sociedades más (ocho de ellas, inactivas)».

Veamos ahora quiénes son los subpropietarios. El Grupo Globomedia es una empresa de ocio y entretenimiento en España y América Latina. Su actividad se centra en el diseño, producción, explotación y distribución de productos audiovisuales. Es un grupo constituido en 1997 —bajo la denominación original de Grupo Árbol— a partir de un número de compañías especializadas que desde principios de la década operaban en este sector. Sus orígenes se remontan a 1993, con la creación de la productora Globomedia. El Grupo Globomedia agrupa a la productora Globomedia, la consultora audiovisual GECA, el sello discográfico Globomedia Música, la productora Hostoil, afincada en el País Vasco; Promofilm, marca con la que opera en el mercado americano, con oficinas en Argentina, Venezuela y Estados Unidos; y la productora de publicidad Estudios Hackenbush. Entre las compañías participadas se encuentran la agencia de publicidad televisiva Supernovelty, la oficina de representación Isac y la consultora de deportes televisados Geca Sport.

Torreal es una de las mayores compañías de inversión privadas en España. Desde su constitución en 1990 gestiona en exclusiva el patrimonio de la familia Abelló. Realiza habitualmente inversiones de entre 30 y 200 millones de euros por operación *(equity ticket)*.

WPP, de origen británico, es uno de los grupos de servicios de comunicación

más importantes del mundo con una capitalización bursátil de 7,7 billones de libras. En su conjunto, según su página web, el grupo emplea a 140.000 personas en 2.400 oficinas en 107 países[361]. La presencia de estos dos accionistas la zanjó Jaume Roures afirmando «tenemos a un gran accionista inglés, y también al señor Abelló, pero hemos crecido trabajando, comprando, fusionando, etcétera»[362]. Al Grupo WPP pertenece una empresa sobre la que vale la pena pararnos a contar una anécdota, se trata de la firma de publicidad Hill & Knowlton.

Hill & Knowlton fue la empresa de publicidad que, tras la invasión de Kuwait en 1991 por Sadam Hussein, recibió 10 millones de dólares de la ONG Ciudadanos por un Kuwait Libre. Los publicistas de la empresa comenzaron a sembrar en la opinión pública internacional la historia de la muerte de 312 bebés del hospital kuwaití d'Addan al ser robadas las incubadoras por las tropas iraquíes cuando invadieron el país[363]. Una adolescente de quince años declaró como testigo de los hechos en el Comité de Derechos Humanos del Congreso de Estados Unidos. Afirmó que vio «soldados iraquíes que entraron en el hospital con su fusiles, sacaron a los bebés de las incubadoras y los dejaron morir en el suelo». El suceso fue noticia en todos los medios y originó el apoyo de los congresistas estadounidenses a la invasión. Bush citó esta historia seis veces en uno de sus discursos. Se trató también en un foro internacional de la ONU y dos días después esta organización aprobó la intervención militar. El crimen de los bebés de las incubadoras fue denunciado también por Amnistía Internacional. Cuando los iraquíes abandonan Kuwait, un protésico de la Organización Mundial de la Salud llega al hospital y ve que apenas tiene daños y que las incubadoras están todas en su sitio. El guía kuwaití le explica que esa historia de los bebés muertos no existió. Un observador de una ONG de derechos humanos fue enviado al lugar y llegó a la conclusión de que la cifra de niños muertos tras sacarlos de las incubadoras le parecía excesiva. Amnistía Internacional acabó corrigiendo su denuncia y negando la historia. Una docena de médicos de diferentes nacionalidades que estuvieron en Kuwait durante la invasión también lo niegan. Otra ONG revela que en todo el país sólo faltaron una o dos incubadoras. No se encontró a nadie en todo Kuwait que viese la muerte de los niños prematuros.

El documental titulado *Vender la guerra*[364], de la productora The Fifth Estate, perteneciente a la cadena canadiense CBC, investigó esta historia. En él se

observa al ejecutivo de Hill & Knowlton afirmar ante la cámara que, como la ciudadanía estadounidense no reaccionaba, se preguntaron: «¿qué podíamos hacer para convencer a los norteamericanos de la necesidad de una intervención?, había que convencerles de que Sadam era un loco peligroso que había que parar». Reconocen que organizaron el cuento de las incubadoras y llevaron como testigo estrella a una adolescente que después se descubrió que es la hija del embajador kuwaití en Estados Unidos —algo que ni los congresistas sabían—. El documental termina con la siguiente afirmación del ejecutivo de la empresa de publicidad:

> Con el paso del tiempo verán ustedes que las cosas que se quedan grabadas en la memoria son esas fotos, esa imagen, esas historias. Al final el conflicto tuvo exactamente el desenlace que nosotros queríamos.

Volvamos ahora a Mediapro. Sus socios tienen participación en otras muchas empresas en diferentes sectores. Por ejemplo en Anytram Business, que tiene como objeto social «la compraventa, arrendamiento, administración y explotación en cualquier forma de fincas rústicas y urbanas, y la realización de toda clase de obras, tanto públicas, como privadas». Los socios son Jaume Roures, Tatxo Benet y Gerard Romy. Aunque se supone que no son empresas vinculadas a Mediapro, tienen su domicilio social en la sede del grupo audiovisual, en el flamante edificio Imagina (en la Diagonal de Barcelona), 50.000 metros cuadrados en 16 plantas que costó 60 millones de euros[365]. No se le dan mal los negocios inmobiliarios a este grupo de comunicación, en 2007 vendieron al banco ING Direct su edificio en Esplugues de Llobregat por 57 millones de euros, tras haberlo comprado en 2002 por 35.

La Sexta y *Público*

Los dos medios más destacados del entorno Mediapro son laSexta y *Público*. LaSexta es su televisión en abierto que comenzó a emitir en abril de 2006. Su accionariado está integrado por GAMP (51 por 100), Televisa (40 por 100) y Gala Capital (9 por 100). A su vez GAMP es propiedad de Imagina (70 por 100), El Terrat (8,2 por 100), Bainet (12 por 100) y BBC (9,8 por 100). En cuanto al

diario *Público*, en realidad no pertenece a Mediapro, aunque se encuentra en el mismo edificio y ambos tienen accionistas comunes. La empresa editora de *Público* es Mediapubli Sociedad de Publicaciones y Ediciones, S.L., y está integrada por Orpheus Media 34 por 100 (promoción inmobiliaria), Multiax Invera 33 por 100, Mentaema 29 por 100, Mediavídeo 3 por 100, Mediacable 1 por 100. Sin embargo, detrás de esas empresas están tres personas: Jaume Roures, Tatxo Benet y Gerard Romy, los tres prácticamente propietarios del periódico.

Nombres propios

Jaume Roures

Sus cargos oficiales son el de socio consejero de Imagina Media Audiovisual y administrador único de Mediapubli *(Público)*, entre otros. Roures se caracteriza por su presencia en toda una galaxia empresarial. Su nombre aparece asociado a casi una cincuentena de empresas con actividades de lo más variopintas, aunque más centradas en el campo audiovisual o explotación de eventos deportivos. Entre otras encontramos las catalanas Fregoli Galería D'Art Imagina, S.L.; Ovideo TV, S.A.; Versátil Cinema, S.L.; Orpheus Media, S.L.; Melancolic Films, S.L., y Globepro Telecomunicaciones, S.L.; la madrileña Umedia Sports Advertising, S.L.; la tinerfeña Mediareport Producciones Audiovisuales, S.L., la asturiana Asturmedia Producciones Audiovisuales, S.L. y Nuevas Iniciativas Audiovisuales, S.L. Esta última pertenece a Mediaproducción en su totalidad, se creó en noviembre de 2006 y Jaume Roures es el administrador único. A través de esta empresa el grupo está optando a licencias de radio en varias comunidades autónomas, en especial Andalucía y Murcia. Ya consiguió una licencia en Castilla-La Mancha en junio de 2009. Eso sí, Roures afirma: «no tengo acciones ni dinero en Bolsa, así que duermo muy tranquilo»[366].
El 22 de enero de 2009 el diario francés *Liberation* entrevistaba y recreaba la figura de Jaume Roures en un texto titulado «Citizen Katalan»[367] y llegó a denominarlo el «Rupert Murdoch español». En esa entrevista Roures señala que en Mediapro «no tenemos presidente, ni director general, ni cosas como ésta.

Cada uno hace lo que tiene que hacer, es más fácil». El diario señala que «en el círculo de sus amigos está el jefe del Gobierno de España, Zapatero; Allen, desde luego, a quien llama Woody; el futbolista Johann Cruyff (el gurú del FC Barcelona) o el patrón de la F1, Bernie Ecclestone, de quien ha conseguido la exclusividad de la retransmisión de los grandes premios de automovilismo a partir del próximo año». Roures no duda en reivindicar su compromiso político: «Yo no trabajo, yo milito». Lejos de renegar de su pasado trotskista en Barcelona —en su juventud militó en la Liga Comunista Revolucionaria y en la IV Internacional—, lo reivindica plenamente. No oculta que su hija mayor, Montserrat, nació en Nicaragua en plena Revolución sandinista. «Mis ideas no han cambiado nada. La crisis actual demuestra los fallos del capitalismo y da actualidad al mensaje de Marx», afirma. Roures pasó «seis o siete veces», dos años en total, por las cárceles franquistas. Sigue contundente en su discurso: «¿Qué país de Europa tiene a 150.000 desaparecidos enterrados? Éste. Se habla mucho de las víctimas del terrorismo de ETA, pero no de las del terrorismo de Fraga Iribarne o el señor Martín Villa, presidente de Sogecable»[368] (véase capítulo Prisa).

Sin embargo, y a pesar de su discurso, deja ver su pragmatismo empresarial. Reconoció que produjo para televisión la boda de los príncipes. «Aunque yo sea republicano, aquí trabajan 3.000 personas y hay que alimentar la máquina», afirmó[369].

Emilio Aragón

Socio consejero de Imagina Media Audiovisual y presidente de laSexta. Hijo del popular payaso Emilio Aragón Bermúdez, *Miliki*, comenzó su carrera en el programa *El Gran Circo de TVE* en 1977, con el nombre de *Milikito*, junto a su padre, su tío Gabriel Aragón Bermúdez, *Gaby*, y su primo Alfonso Aragón Sac, *Fofito*. Luego orientó su carrera como *showman*, cantante, actor, músico y presentador de televisión para terminar como empresario audiovisual. Considerado un rey Midas de la comunicación, desde 2006 es presidente de la cadena de televisión laSexta y también preside la productora Globomedia, que fundó en 1993. Al igual que su socio Roures, reniega del traje y la corbata y afirma que 360 días al año va con vaqueros, camisetas y zapatillas[370]. Su

familia salió de Cuba en 1960 con la llegada de la Revolución, aunque su perfil político es discreto —declara no ser una persona «política»— ha mostrado su oposición al Gobierno de Cuba[371]. Eso sí, reconoce que va a misa los domingos y presentó un libro de cuentos de Ana Botella. Preguntado por *El País* en 2005 sobre las «bendiciones» del PSOE a su productora Globomedia y «amiguitos», respondió diplomáticamente que «sólo somos una productora que quiere hacer programas. Y hablando de la labor de este Gobierno con la televisión, creo que han dado unos pasos muy acertados y correctos», y que «el Gobierno tenía una serie de ideas muy claras que quería adoptar, y una de ellas era ésta»[372].

Lógicamente no le han faltado las críticas al exitoso empresario. El actor Juanjo Puigcorbé, declaraba en julio de 2009: «En general, tenemos una profesión donde cuatro productores, incluido algún ex payaso, se quedan con el dinero que deberían pagarles en justicia a los actores. Sólo hay que repasar la lista de multimillonarios para encontrarlos»[373].

Miguel Barroso

El periodista Miguel Barroso está considerado como el puente entre Rodríguez Zapatero y el grupo Mediapro. Marido de la ministra de Defensa, Carme Chacón, fue director de la Casa de América y secretario de Estado de Comunicación en el Gobierno de José Luis Rodríguez Zapatero entre abril de 2004 y septiembre de 2005. El periodista y analista de temas globales, José Catalán Deus, recuerda que Barroso fue socio de José Miguel Contreras, consejero delegado de laSexta, en varios proyectos. Ambos colaboraron en campañas electorales de líderes socialistas como Trinidad Jiménez o Miguel Sebastián[374].

Barroso fue el principal político del entorno de Zapatero que promovió la creación de laSexta. En febrero de 2009 se anunció su nombramiento como consejero delegado de la multinacional de la publicidad Young & Rubicam España, la cual pertenece a WPP. Como hemos observado anteriormente, se da la circunstancia de que WPP es socio de Imagina, junto a Mediapro y al Grupo Torreal. Imagina, a su vez, controla el 70 por 100 de Grupo Audiovisual de Medios de Producción, GAMP, la sociedad que gestiona el 51 por 100 de laSexta. Barroso se convierte así en el hombre clave que enlaza al Grupo

Mediapro, laSexta, sus accionistas extranjeros (WPP), la agencia de publicidad multinacional (Young & Rubicam) y el Gobierno Zapatero.

Segunda guerra del fútbol

Desde sus inicios, tanto laSexta como Mediapro han basado su apuesta comercial en la retransmisión del fútbol. El 84 por 100 de la facturación de Mediapro durante 2009 tiene como origen la comercialización de los derechos de la Liga (Primera y Segunda División), la Premier League y la Champions. La actividad de producción (cine y programas de televisión) sólo aportó un 9 por 100 de los ingresos[375]. Para ello, en junio de 2006, Mediapro llega a un acuerdo con el FC Barcelona para emitir sus partidos durante siete años, lo que supone arrebatárselos a Audiovisual Sport (AVS), la empresa dominada por Prisa que gestionaba los derechos de emisión de este deporte. Al mes siguiente, las partes implicadas (Audiovisual Sport, Mediapro, Sogecable y Televisión de Cataluña) firman un acuerdo sobre la explotación del fútbol. En dicho pacto, las empresas acordaron explotar conjuntamente los derechos de televisión del fútbol durante las tres siguientes temporadas y expresaron su «interés» en resolver sus contenciosos «amistosamente», con independencia del resultado de las causas abiertas en los tribunales que comenzaron en 2006.

Sin embargo, un año después vuelve el conflicto. Prisa exigía a Mediapro el cumplimiento de sus obligaciones y una indemnización por daños y perjuicios porque, según la demanda, el acuerdo de 2006 establecía que la renovación de los contratos con los equipos de fútbol correspondía a AVS. Por su parte, Mediapro respondía a la demanda anunciando que el contrato firmado con Sogecable no tenía validez, ya que esta última empresa tenía limitaciones por las condiciones puestas por el Gobierno tras la fusión de Canal Satélite Digital con Vía Digital y que además ellos tenían los derechos audiovisuales de 38 de los 42 clubes de Primera y Segunda División a partir de la temporada 2009-2010. AVS anunció entonces que suspendía la señal de los partidos de la Liga a Mediapro, y esta última comenzó a emitir a través de laSexta partidos en abierto que debían verse en pago por visión. AVS amplió la demanda contra Mediapro y le exigió que se abstuviera de explotar los derechos televisivos del fútbol.

Mediapro tenía el apoyo de la Comisión Delegada de la Liga de Fútbol

Profesional (LFP) debido a que pagaba más y prometía pagar todavía más. El fútbol se vende por paquetes, independientemente de cómo lo comercialice el comprador. Lo que estaba en juego era un nuevo modelo de explotación de los derechos del fútbol. El modelo de Sogecable se basaba tradicionalmente en apostar fuerte —y casi en exclusiva— por la explotación comercial a través de las televisiones (Canal+), pero Mediapro está convencida de que se puede sacar mucha mayor rentabilidad fragmentando el negocio en distintas áreas y revendiendo los derechos a distintos operadores. Es decir, emitir los partidos o los resúmenes a través de nuevos soportes como internet, telefonía móvil o televisión de alta definición.

El 5 de junio de 2009 el diario *El País* anuncia un preacuerdo de fusión de Cuatro y laSexta que supondría terminar con el conflicto por lo que titulaban «Sogecable y Mediapro pactan el fin de la "guerra del fútbol"»[376]:

> PRISA (empresa editora de EL PAÍS) e Imagina (holding que engloba a Mediapro y Globomedia y es accionista de referencia de La Sexta) acordaron otorgarse un mes de plazo para suscribir «un acuerdo de integración con el objetivo de incorporar sus respectivos negocios audiovisuales a una sociedad de nueva creación en la que compartirán accionariado», según el hecho relevante que a última hora de ayer remitió PRISA a la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV).

Finalmente las negociaciones de fusión de ambas cadenas terminarían rompiéndose, por lo que Digital+ lanza Canal+ Liga y Mediapro anuncia Gol TV.

La guerra se reabre en 2010. Primero con una sentencia en marzo que estableció que Mediapro debía pagar a AUS (la empresa participada al 80 por 100 por Sogecable) 97 millones de euros por los daños causados desde el inicio de la temporada futbolística 2006/2007 hasta el mes de febrero de 2008. Según el juez, el contrato firmado en julio de 2006 por AVS, Mediapro, Sogecable y Televisión de Cataluña, era válido y Mediapro lo incumplió al no aportar los contratos de los clubes con los que negoció a espaldas de AVS (Valencia, Levante y Villarreal). También señalaba que Mediapro produjo y distribuyó partidos cuyos derechos no le correspondían a través de laSexta y de varias

televisiones autonómicas. Mientras que Prisa consideró que esa decisión judicial suponía que había ganado «la guerra del fútbol»[377], Mediapro anuncia que la recurriría[378].
Sogecable solicitó el 9 de junio de 2010 la ejecución provisional de la sentencia. Reclamaba el pago de 104 millones de euros (los 97 de indemnización que fijó el juez más siete millones de intereses) y la entrega de todos los derechos televisivos de los clubes a AVS. Paralelamente, Sogecable debía abonar a Mediapro antes del 15 de junio 90 millones de euros correspondientes al primer pago de los derechos de la Liga para la temporada 2010-2011, según el contrato anteriormente citado que firmaron en junio de 2009. Argumentando el «grave riesgo» de que Mediapro no les pagara el dinero de la sentencia, Sogecable comunicó que no abonaría los 90 millones del contrato el junio del año anterior entre ambas compañías. El 16 de junio Mediapro anunciaba que ese impago «ha provocado una situación que puede abocar a Mediaproducción, S.L. a un desequilibrio en los flujos de caja», por lo que siguiendo «un elemental sentido de la prudencia» solicitaba la apertura de un concurso de acreedores (la antigua suspensión de pagos). Entre otras cosas, esta medida impedía la ejecución de la sentencia que condenaba a Mediapro a pagar los 97 millones[379]. Sin embargo, Prisa, ante la posibilidad de que su impago le impidiera ofrecer a sus abonados los partidos de fútbol, optó por aceptarlo, y a finales de junio, cuando vencía el plazo para realizar la operación, ingresó en el juzgado el primer plazo del contrato de fútbol para la siguiente temporada.

TDT de pago

La guerra entre Prisa y Mediapro contaba con otro frente. El Gobierno tenía pendiente la autorización de la TDT de pago. Mientras Mediapro tenía prisa para poner en marcha su negocio de televisión de pago, Digital+ todo lo contrario: sabe que la TDT de pago dará un duro golpe a su negocio. Las cosas no le salen bien a Prisa y el Gobierno aprueba este tipo de TDT el 13 de agosto de 2009 mediante un real decreto ley. En él se establece que todos los operadores de televisión digital podrán poner en marcha un canal de pago. Todos ellos (Net TV, laSexta, Antena 3, Veo y Telecinco) lo solicitaron al Ministerio de Industria. Un tremendo golpe para Prisa que era el único canal que hasta entonces disponía de

contenidos de pago en España. Mediapro reacciona contrarreloj, una hora después de hacerse pública la decisión del Gobierno anuncia el comienzo de la emisión de su canal de pago Gol TV al día siguiente a través del canal de laSexta Hogar 10. Añade que sus emisiones serán en abierto los siguientes quince días. A partir de entonces, sólo los abonados podrán acceder a los contenidos del canal previo pago mensual de 14,90 euros.

Un nuevo capítulo de la guerra del fútbol está servido. Como si se tratase del asunto que más interesara a los españoles, los medios de comunicación se lanzan a un debate de portadas y editoriales que muestra hasta dónde puede llegar su furor —y su concepto de la noticia— cuando sus beneficios están en juego. Como era lógico, quien adoptó una mayor virulencia en el debate fue Prisa, al ser la que quedaba peor parada con la nueva situación. Desde su buque insignia, el diario *El País*, comenzó una batería de críticas hacia la administración Zapatero. Lo impresionante es que la indignación por la legislación aprobada para la televisión de pago llegó a desencadenar editoriales del periódico madrileño que criticaban como nunca la política económica del Gobierno. Hasta *The New York Times* lo llegó a interpretar así en un reportaje del 13 de septiembre titulado «*El País* in Rare Break With Socialist Leader» («*El País*, en una extraña ruptura con el presidente socialista»)[380]:

> Pero otros, dentro y fuera del gobierno, sospechan que la nueva y musculosa cobertura (de la crisis económica) es resultado de un enfrentamiento entre bambalinas entre la compañía matriz del periódico, Grupo Prisa, y un rival, Mediapro, por los derechos sobre la televisión digital concedidos por el gobierno de Zapatero a Mediapro[381].

«En la pendiente» (16 de septiembre de 2009), «El embrollo fiscal» (17 de septiembre de 2009) y «Clientelismo digital» (18 de septiembre de 2009), fueron los tres editoriales consecutivos que publicó *El País*. El último de ellos subtitulado «El Gobierno perjudica a los ciudadanos para beneficiar a un grupo de comunicación afín». Curiosamente, los argumentos del diario de Prisa eran un calco de los esgrimidos por el PP en el debate parlamentario sobre el dichoso decreto ley el 17 de septiembre.

Desde Mediapro tampoco faltaron las acusaciones a Prisa, he aquí lo que dijo

Jaume Roures:

> Prisa está en una situación tan dramática que no tiene mucha salida como negocio. No sólo tendrán que dejar de ser prepotentes, sino que deben cambiar radicalmente sus planteamientos. Sería malo para la democracia que no encontrase una solución, porque tiene instrumentos como el periódico *El País* que juegan un papel importante, pero nadie puede vivir de las rentas. A mí siempre me ha parecido una secta maoísta, que sigue al jefe hasta la muerte y nada se construye sobre ella. Hace un año y medio, cuando empezó la guerra del fútbol, nadie daba un duro por nosotros y ahora, nadie lo da por ellos en su camino hacia la ruina[382].

Situación económica

Entrevistado en septiembre de 2009 por Reuters, Jaume Roures presentó una visión triunfante de la situación de Mediapro[383]. Según afirmó, «la crisis tiene un impacto publicitario en la televisión, tiene un impacto publicitario en el periódico, pero el negocio global nuestro no depende de la publicidad, sino de la generación de contenidos, de servicios y esto va mejor que nunca». Su gallina de los huevos de oro son los derechos para la emisión deportiva que le permiten explotar la televisión de pago.

En noviembre de 2009, la derecha mediática aireaba que el diario *Público* perdía 50.000 euros diarios y laSexta 350.000[384]. Según esas informaciones, Mediapro tenía un agujero financiero de 3.140 millones de euros. Al parecer debía abonar en seis años 2.583 millones de euros por derechos audiovisuales. Una cifra enorme, porque era 25 veces mayor que los fondos propios de la compañía y 80 veces su resultado de explotación. En ese mes *Público* despidió a 16 empleados, 11 de ellos de redacción y cinco provenientes de otras áreas de gestión. Desde que se lanzó el primer número del periódico en 2007 hasta noviembre de 2009, éste llevaba acumuladas unas pérdidas de 36 millones de euros. En total, en 2008, la cifra de negocio de *Público* alcanzó los 20,8 millones de euros, con unas pérdidas netas de 23,6 millones. PricewaterhouseCoopers, firma auditora del diario, señaló ese mes que las deudas a corto plazo estaban infravaloradas en 27,1 millones de euros. Por su parte, laSexta contabilizaba en noviembre de

2009 un resultado neto negativo de 93,4 millones de euros[385].

Dos meses antes Jaume Roures reconocía pérdidas en laSexta y en *Público*, pero garantizaba su continuidad y sus esperanzas: «Cada día vendemos más y vamos a continuar desarrollándonos. Tenemos la ventaja de que la estructura de *Público* no es tan pesada como la de los periódicos tradicionales». Sobre laSexta afirmó que «la crisis puede retrasar el plan de negocio en un año o año y medio, pero lo significativo para nosotros es que todavía podemos crecer»[386].

La documentación anteriormente citada aportada para Mediapro al juzgado con motivo de su solicitud de concurso de acreedores reveló más datos económicos que fueron difundidos por *Cinco Días*:

> Mediapro mantiene deudas de 583,64 millones de euros con empresas del grupo a corto y largo plazo y de 316,52 millones con terceros[387]. Para atender los pagos con terceros, las necesidades de tesorería de la sociedad rondarían los 232,58 millones. Una cifra que podría quedar cubierta bien cobrando los saldos deudores que mantiene con empresas del propio grupo y que ascienden a 365,12 millones; bien obteniendo financiación de otras sociedades de Imagina; o bien, recurriendo a financiación bancaria adicional[388].

En cuanto al funcionamiento del negocio, según lo publicado por *Cinco Días* que cita como fuente la documentación presentada por Mediapro al juzgado, «el grupo no tiene resultados positivos desde 2007, cuando cerró el año con 9,8 millones de beneficio. En 2008, ya acumuló unas pérdidas de 3,2 millones, que se triplicaron en 2009, hasta los 9,5 millones de euros. En el primer trimestre del ejercicio actual, los números rojos alcanzaban los 12,25 millones»[389].

Sin embargo, la crisis no parece que afecte a la solvencia de los propietarios: en febrero de 2010, los tres principales socios del grupo, Jaume Roures, Tatxo Benet y Gerard Romy, se incorporaban al accionariado de Spanair con cinco millones de euros, y al mes siguiente se anunciaba la compra por parte de Mediapubli, la empresa editora de *Público*, del periódico *La Voz de Asturias*, propiedad de Zeta. Según la información difundida en *Público*, esa adquisición no afectaría «ni a la continuidad de la actual cabecera ni a la de su sociedad editora»[390]. Como paso previo a esta venta, la cabecera asturiana tuvo un ERE

que supuso el despido de 36 trabajadores (un 54 por 100 de su plantilla).

Fusión con Antena 3

La necesidad de rentabilizar recursos, y sobre todo de concentrar audiencias en un canal para seducir mejor a la publicidad, hace oportuna la fusión de laSexta con alguna otra cadena. Las negociaciones se han estado dando desde 2009 alternativamente con Cuatro y con Antena 3. Formalizada la fusión entre Telecinco y Cuatro, la única opción viable era con Antena 3. Una fusión de ambas cadenas se acercaría al 23 por 100 de cuota de audiencia. En el tercer trimestre de 2010 todavía no se había formalizado la fusión que muchos daban por hecha. En marzo de ese año, el consejero delegado de laSexta, José Miguel Contreras, sobre su posible alianza con Antena 3 afirmaba que, conceptualmente, «la opción más lógica» sería la fusión con esa cadena, pero todo dependía de que se compartiera el mismo proyecto. «No hay ninguna prisa, las cosas llegarán cuando deban llegar», indicó, antes de advertir de que cada vez será más difícil porque La Sexta va a ir mejor[391].

Mientras tanto, Antena 3 y Mediapro llegaron a un acuerdo en marzo de 2010 para que 141 empleados de la televisión (desde técnicos de control y de sonido hasta operadores de cámara, técnicos de mantenimiento, eléctricos o responsables de iluminación) se externalizaran y se integraran en una empresa recién creada por Mediapro, Mediarena, S.A. Los trabajadores seguirán realizando su misma labor en la cadena de televisión. Anteriormente Antena 3 ya externalizó a Mediapro algunas de sus delegaciones territoriales.

A la sombra de TVE

El Grupo Mediapro, y en especial sus dos medios de comunicación con más incidencia en la opinión pública, laSexta y *Público*, han sido acusados de recibir todo el apoyo desde el entorno del presidente español Rodríguez Zapatero con objeto de crear un holding mediático afín a su Gobierno para no verse tan dependiente del Grupo Prisa. En noviembre de 2009 entrevisté al entonces director de *Público*, Félix Monteira. Entre mis preguntas hice referencias a estas acusaciones, Monteira calificó esa afirmación de «leyenda nacida de las

fricciones del Grupo Prisa con el presidente Zapatero» y señalaba que *Público* no tenía «ni ayudas, ni preferencias a la hora de conseguir información, ni ventajas de cualquier tipo». Aunque reconocía que «quizás haya un sector del Gobierno que vea con simpatía que haya otra voz menos enemiga por principio a sus posiciones en un panorama mediático absolutamente dominado por intereses y simpatías volcados a favor de los grupos de poder más conservadores»[392]. Por su parte Ignacio Escolar, columnista de *Público* y su primer director señala que «la afirmación de que Zapatero está detrás de *Público* es una barbaridad. Cuando se crea un periódico de derechas no se dice que está detrás el Partido Popular. *Público* es el diario más cercano al Gobierno, pero porque los demás están todos en contra»[393].

Sin embargo, Mediapro fue acusada por los sindicatos de TVE de haberse beneficiado de la externalización de gran parte de la programación de la televisión pública. Estos mismos sindicatos precisan que «en la época que gobernara el PP ocurrió lo mismo con la productora Miramón Mendi, de José Luis Moreno»[394]. Se da la circunstancia de que durante tres años (desde enero de 2007 hasta enero de 2010, cuando fue despedido con una indemnización de 200.000 euros[395]) el director de TVE fue Javier Pons, quien procedía de la productora El Terrat, accionista de laSexta. El quincenal *Diagonal* repasaba en febrero de 2010 los programas de la televisión pública que se estaban contratando a Mediapro, algo que, según los sindicatos, era ilegal porque «el mandato marco de RTVE, documento que fija los objetivos como servicio público de la corporación, obliga a que los trabajadores de RTVE produzcan el 100 por 100 de los programas informativos y el 60 por 100 de los programas de entretenimiento (divulgativos, deportes y series)»[396]. Según señalaba *Diagonal*, en programas como *España Directo*, de los 180 trabajadores que trabajan en él sólo cinco eran de la casa. Mediapro se encarga del programa, y su filial Overon realiza los enlaces que son necesarios para los directos. Algo parecido pasa con *Esta Mañana*, otro *magazine* entre semana. De 120 trabajadores sólo 47 son de RTVE. La retransmisión de los sorteos de las Loterías del Estado también se contrató con Mediapro. Según señala el quincenal, RTVE compró nueve terrenas (furgonetas equipadas para la emisión en directo vía satélite) que llevaban más de un año aparcadas, mientras se usaban las unidades móviles de Overon. Otra filial de Mediapro, Mediatem, fue contratada para hacer el montaje de *La*

Aventura del Saber y el espacio infantil *El Club Pizzicato* después de que la dirección reconvirtiera a 50 montadores aduciendo que no había trabajo para ellos. Además, la empresa hace el trabajo en las instalaciones de TVE.

En febrero de 2010 Miguel Ángel Curieses, secretario de organización de UGT en RTVE, denunciaba que había 55 productoras privadas enriqueciéndose gracias a la externalización de RTVE y que quizá la que más contratos se llevaba era «la de Roures». Puso como ejemplo que un capítulo de la serie *Águila Roja* se había pagado al doble de su coste real[397]. Según la auditoría de la Intervención General de la Administración del Estado correspondiente a 2008, un capítulo de esa serie, producida por Globomedia —socia de Mediapro—, le costó a TVE más que un pase de *Piratas del Caribe*[398]. El presidente de la productora respondió que el coste es «bastante menos» de lo indicado en el informe de la Intervención General de la Administración del Estado porque se refería a los dos primeros capítulos que tuvieron un coste superior al resto[399].

CAPÍTULO XI
Otros grupos (COPE, Intereconomía, Libertad Digital, Promecal)

CADENA DE ONDAS POPULARES ESPAÑOLAS (COPE)

Cadena COPE. Incluye una red de emisoras en todo el Estado.

Cadena 100. Cadena musical. Posee también frecuencias repartidas por toda España.

Rock & Gol. Su programación se basa en dos pilares únicos: la música rock y tertulias y boletines cada hora de noticias de deportes.

Gestiona Radio. Emisora de información económica.

Popular Mariavisión. Red de televisiones locales.

Portales de internet Agrocope y Sportyou.

También es propietaria o participa en las siguientes empresas:

Radio Mar Menor, S.A. (100 por 100), Editorial Catalana de TV y Radio, S.A. (100 por 100), Iniciativas Radiofónicas y de TV, S.L. (100 por 100), Emisiones Radiofónicas Españolas, S.A. (100 por 100), Radio 13 de Catalunya, S.A. (100 por 100), Extra Ediciones Musicales, S.A. (98 por 100), Protemas, S.A. (88,9 por 100), Riojavisión, S.A. (75 por 100), Corporación de Medios Radiofónicos Vascos, S.A. (50 por 100), Navarra de Radio, S.A. (50 por 100), Popular Rural, S.A. (50 por 100), Muchoruido, S.L. (24 por 100), La Estrategia de Chapman, S.L. (15 por 100)[390].

Accionariado

Conferencia Episcopal (51,05 por 100), Diócesis (21,14 por 100), Autocartera (7,10 por 100), Grupo de Empresas CajaSur (5 por 100), La Información (5 por 100), Radio ECA-Fundación Canaria (2,42 por 100), ONCE (2 por 100), UMAS Unión Mutua Asistencial de Seguros (2 por 100), Grupo Negocios de Ediciones y Publicaciones (1,80 por 100), Dominicos (1,61 por 100), Personal (0,48 por 100), Mutualidad del Clero Español de Previsión Social (0,20 por 100), Jesuitas (0,20 por 100)[401].

Historia

En los años 1957-1958 unas 200 emisoras parroquiales de la Iglesia católica se agrupan en la Cadena de Ondas Populares Españolas. En 1971 comienzan a operar, bajo el nombre de Radio Popular, como sociedad anónima con acciones repartidas entre numerosos obispados. Enrique Bustamante destacaba en 1982 que «la ausencia de datos públicos sobre la COPE, balances y cuentas de exploración, plantillas, estudios de audiencia, facturación publicitaria, etc., es manifiesta»[402].

En 1992 pierde varias de sus estrellas periodísticas y entra en una crisis económica y de audiencia que la conduce a un duro ERE por el que despidió a 200 trabajadores.

Sus dos principales accionistas laicos, Planeta y Vocento, venden sus participaciones en 2004 y 2005. El primero de ellos (10,44 por 100) a la Conferencia Episcopal al no poder simultanear su presencia con Onda Cero. En 2005 sucede algo similar con Vocento, que poseía el 4 por 100. Vendió el 2,2 por 100 a la Conferencia Episcopal y a la propia autocartera de la COPE, y el 1,8 por 100 restante lo vendió en enero de 2007 al Grupo Negocios, editor entonces de *La Gaceta de los Negocios*. Como ya señalamos en el capítulo de Vocento, su salida se debió no solamente por la incompatibilidad con su presencia en Punto Radio, sino también por el enfrentamiento entre el presentador estrella de la COPE, Federico Jiménez Losantos, y el director de *ABC*, José Antonio Zarzalejos.

En marzo de 2006 la COPE se ve envuelta en un escándalo al conocerse que

infiltró a dos periodistas entre los encuestadores del EGM. La cadena también fue acusada por la Asociación para la Investigación de los Medios de Comunicación (AIMC) de inflar los datos de audiencia de algunos de sus programas[403]. Como consecuencia fue expulsada de la AIMC y del EGM debido a las «graves infracciones cometidas». La COPE consideró esta expulsión improcedente e interpuso acciones legales en los tribunales, los cuales suspendieron cautelarmente la expulsión hasta que se resolviese la impugnación. En julio la COPE llega un acuerdo con la AIMC por el cual la cadena retiraba el recurso, volvía a formar parte del EGM y asumía el pago de 125.000 euros en concepto de gastos originados al AIMC.

En los últimos años se han sucedido los despidos en la COPE. Fueron 80 en 2009 y 2010 comenzó con la amenaza de aplicar un ERE que afectaría a unos 200 trabajadores de la plantilla de 850 o una rebaja del 25 por 100 del sueldo. Los trabajadores denunciaron los excesivos salarios de los directivos y el alto coste del fichaje de los tertulianos[404]. Tras las negociaciones entre trabajadores y empresa, se llegó a un acuerdo de ERE temporal que consiste en aplicar una suspensión temporal de la jornada de trabajo de sesenta y dos días naturales a lo largo de un año. También podían optar por una reducción del 15 por 100 del sueldo, lo que la empresa llamó, paradójicamente, «Plan Social».

En marzo de 2010, Cadena COPE y Punto Radio (Grupo Vocento) negociaban un acuerdo de integración mediante el cual compartirán postes, publicidad y programación. La propiedad de las dos empresas se mantendrá inalterable, de momento. Uno de los más firmes partidarios de este acercamiento es el periodista Luis del Olmo (accionista minoritario de Punto Radio), quien llegó a afirmar durante un homenaje en junio de 2010 que soñaba con leer algún día la noticia de que se fusionaban Punto Radio, COPE y Onda Cero (Antena 3)[405]. Un curioso concepto de la pluralidad informativa.

Ideario

La COPE es el grupo de comunicación que más ha explicitado su línea ideológica. Según su ideario (aprobado por el pleno de la Conferencia Episcopal en su reunión del 26 de abril de 1991), la cadena se autoproclama como «confesionalmente católica» y se sitúa, de partida, «en el marco de los fines

generales de la Iglesia y, más en concreto, de su presencia evangelizadora en el ámbito de la opinión pública». Entre sus fines, detallados en el artículo tercero de los Estatutos, se encuentran «difundir la doctrina y actividades de la Iglesia católica y orientar a la opinión pública con criterio cristiano». Señala que «los programas de la Cadena y de sus emisoras estarán siempre en consonancia con la línea editorial y ésta con el Ideario *[sic]*». Por lo demás, «sus antenas han de estar abiertas a la expresión de otros pareceres, en entrevistas o debates, siempre que no atenten contra el significado de la Cadena, abusando de la hospitalidad de la Casa». Por ello su programación estará «vinculada a la Conferencia Episcopal Española, a las Conferencias provinciales o a las Iglesias diocesanas, según el respectivo campo pastoral».

En sus principios, la COPE establece también que «el Ideario *[sic]* y la línea han de concretarse en el apoyo a un cuadro de valores, no acotables en una enumeración, que nacen de la cosmovisión cristiana y abarcan a la persona humana *[sic]*, a la sociedad y a la naturaleza. La COPE no será neutral, sino comprometida, en todo lo que atañe a la protección, desarrollo integral y defensa de la vida humana, desde el seno materno hasta el último latido»[406]. Añade que «difundirá asimismo, con claridad y con ahínco, el concepto cristiano del matrimonio, de la familia y de la sexualidad. Presentará un tipo de hombre y un modelo de sociedad, abiertos a la trascendencia y enriquecidos por la conciencia moral y por la fe religiosa».

Igualmente deja clara la militancia de sus trabajadores con ese ideario, por lo que «organizará periódicamente para los profesionales de su propia plantilla cursos de actualización, no tan sólo de carácter técnico, sino comprensivos también de la formación doctrinal y moral». Señala que «la aceptación de un cargo de índole redaccional implica también la asunción por el interesado de los compromisos morales y profesionales exigidos por el Ideario».

La COPE se ha caracterizado por su agresividad editorial hacia los Gobiernos socialistas e incluso hacia los sectores más moderados del PP, en especial en las voces de sus periodistas Federico Jiménez Losantos y César Vidal, ambos fuera de la cadena actualmente.

Fundación Radio Popular

Realiza la mayoría de sus actividades en coordinación con la universidad privada CEU San Pablo. Desde cursos de verano, como La Radio Social, hasta el máster universitario en Radio COPE, ya no tan social, por un precio de 8.000 euros.

Dinero público

El entonces responsable económico de la Conferencia, Fernando Giménez Barriocanal, afirmó en 2006 que «ni la Conferencia Episcopal le da dinero a la Cope ni la Cope a la Conferencia. Son cajas distintas»[407]. Las cajas puede que fueran absolutamente distintas en 2006, cuando la COPE no tenía pérdidas, sin embargo en 2009 perdió 8,5 millones. Aunque la contabilidad de la Conferencia Episcopal esté diferenciada de la empresa en la cual participa de forma mayoritaria (COPE), es evidente que la solvencia del accionista marca y condiciona la viabilidad o no de la empresa. Y ahí es donde el papel del Estado es importante. La cantidad aportada por el Estado fue de 241 millones de euros en 2009 a través de la recaudación de la declaración de la renta, pero a ésta hay que añadir unos 6.000 millones que recibe de las arcas públicas para actividades que van desde las educativas a proyectos sociales o exenciones fiscales. Es comprensible que el grupo destacara en su reunión de accionistas de junio de 2010 que se trataba de «una empresa muy solvente, con una enorme fortaleza patrimonial, sin endeudamiento bancario y con una tesorería de más de 10 millones de euros»[408]. Se podría decir que la COPE es el único grupo de comunicación privado que puede estar seguro de la solvencia económica de su principal accionista gracias al Estado. La situación resulta todavía más paradójica si tenemos en cuenta, tal como vimos anteriormente en su ideario aprobado por la Conferencia Episcopal, que se trata precisamente del grupo de comunicación que más ha definido su línea editorial, más obliga a sus profesionales a alinearse con él y el que establece menos pluralidad en su declaración de principios para los contenidos de sus medios.

Nombres propios

ALFONSO CORONEL DE PALMA

Presidente y consejero delegado de la COPE. Fue presidente de la Fundación Universitaria San Pablo CEU y de la Asociación Católica de Propagandistas. Esta asociación tuvo un papel influyente durante la dictadura franquista, numerosos ministros del régimen pertenecieron a esta asociación y en ella se integraron guerrilleros de Cristo Rey, la organización violenta de ultraderecha que sembraba el terror y la violencia callejera tras la muerte de Franco. El padre de Coronel de Palma, el marqués de Tejada, fue gobernador del Banco de España durante la dictadura.

Alfonso Coronel fue nombrado presidente de la COPE estando imputado en un proceso de corrupción, el caso Eurobank, instruido por el Juzgado Central número 5 de la Audiencia Nacional. El Banco de España mandó intervenir esta entidad financiera el 25 de julio de 2003. En consecuencia se abrió una investigación que terminó con Alfonso Coronel de Palma inhabilitado y sancionado con más de 17 millones de las antiguas pesetas por el Consejo de Ministros por cuatro faltas «muy graves» en su actuación como consejero técnico de Eurobank. Aquella trama económica dejó a muchos confiados impositores al borde de la pérdida de sus ahorros, igual que en el caso Afinsa y Fórum Filatélico.

Coronel de Palma fue formado en México por la orden religiosa ultraconservadora de los Legionarios de Cristo, cuyo líder, el padre Maciel, fue expulsado de la Iglesia católica por el propio Ratzinger acusado de pederastia. Está casado con una hija del ex ministro de la UCD, De la Mata Goroztizaga.

La Junta General de Accionistas de la COPE aprobó a finales de junio de 2010 proponer en la siguiente reunión del consejo de administración la sustitución de Coronel de Palma por Fernando Giménez Barriocanal, hasta entonces vicesecretario para Asuntos Económicos de la Conferencia Episcopal Española (CEE) y consejero delegado para asuntos económicos de la Cadena COPE, como nuevo presidente y consejero de la cadena. Coronel de Palma sería propuesto como presidente y gerente de la Fundación Radio Popular.

EMILIO BURILLO AZCÁRRAGA

Presidente del consejo y consejero delegado de Popular Mariavisión.
Se trata de un empresario mexicano que, a través de Producciones Apóstol Santiago, compró en marzo de 2010 el 8 por 100 de las acciones de Popular TV, que pasó a denominarse Popular Mariavisión y cuyo contenido quedaba bajo control de Burillo. La intención era que el mexicano inyectase dinero al proyecto y ampliase su participación hasta alcanzar el 51 por 100 en dos años. Azcárraga es presidente y fundador de la Red Mundial de Televisión Católica María Visión y primo de Emilio Azcárraga Jean, máximo accionista del grupo de comunicación Televisa. Curiosamente, Televisa es accionista en laSexta, que se ubicaría en el polo opuesto editorial de la COPE.
Sin embargo, a los pocos meses, en julio de 2010, los obispos desaprobaron la línea excesivamente espiritual de la cadena y llegaron a un acuerdo con Burillo Azcárraga para nombrar al presidente y consejero delegado de COPE, Fernando Giménez Barriocanal, en sustitución de Burillo. El cese supondría la salida de Producciones Apóstol Santiago del accionariado de Popular TV. Entre los principales interesados en esa participación estarían Vocento y Unidad Editorial.

Grupo Intereconomía

Medios audiovisuales

Intereconomía TV, Radio Intereconomía, Intereconomía Producciones Audiovisuales e Interpop (radio musical).

Publicaciones

La Gaceta, Época, Diplomacia S. XXI, Trámite Parlamentario y Municipal y Alba.

Internet

Intereconomía.com y La nacion.es

Otras

Agencia Fax Press y Editorial Homo Legens.

Historia

El grupo se creó en 1995, inicialmente como una radio de información económica, que sería adquirida por Julio Ariza. La estrategia era comprar medios que se encontraban en difícil situación financiera, así poco después se haría con la revista *Época*, que atravesaba una grave crisis económica. En 2001 compra Fax Press. Esta agencia, bajo la denominación de LID (Línea Independiente de Diarios), fue fundada en los ochenta por Manu Leguineche; en 1991 adoptó su actual nombre, Fax Press. Intereconomía integró a toda su plantilla en el diario *La Gaceta*.

En 2005 crea Intereconomía TV. Tres años después pone en marcha el portal informativo La nación.es. Según se dijo entonces, la empresa intentó poner al cargo a Luis María Anson (ex director de *ABC* y de *La Razón*), pero éste optó por crear el diario digital *El Imparcial*.

En agosto de 2009 Intereconomía compra el periódico *La Gaceta de los Negocios*, fundado en 1989 y entonces propiedad del grupo Negocios de Ediciones y Publicaciones, S.L., fuertemente endeudado y en crisis. El año anterior sufrió un ERE que afectó a 70 trabajadores, la mitad de la plantilla. El objetivo inicial de Intereconomía era la compra de todo el Grupo Negocios, que incluía el citado diario, la revista *Dinero* y algo mucho más importante, un 2 por 100 de acciones en la COPE. De este modo Intereconomía lograría incorporarse al accionariado de la cadena de los obispos. Además, este acercamiento podría ir en aumento porque COPE y Negocios habrían acordado en 2007 un cruce de participaciones entre ambas empresas por el que la cadena se quedaría con el 25 por 100 del grupo editorial y éste con el 10 por 100 de COPE. Este plan nunca se materializó porque requería una importante aportación de dinero por parte del Grupo Negocios. Finalmente la compra de Intereconomía se limitó al diario, que pasó a denominarse *La Gaceta* y se orientó hacia la información general.

Accionistas

En la página web de Intereconomía no hay ninguna referencia a la identidad de los propietarios, sólo se afirma que «desde 1997 pertenece a sus actuales accionistas». Se considera su principal dueño a Julio Ariza Irigoyen, quien, a

título personal, posee el 40,22 por 100 de las acciones y es administrador único de la empresa. También encontramos como accionista de Intereconomía a la empresa Rustraductus, S.L., con un 12,88 por 100. Esta firma es propiedad íntegramente de Javier Tallada García de la Fuente, quien también tiene presencia en la productora Vértice y en Avazit, que ha pasado a denominarse Ezentis, un poderoso grupo empresarial dedicado a las Tecnologías de las Comunicaciones y las Infraestructuras que opera en 25 países con 4.500 empleados. Tallada es nieto del fundador de la lechera Puleva y fue presidente de esta empresa hasta 2004, año en que la abandonaría, no sin antes recibir cuantiosas subvenciones del Gobierno de Aznar[409].

Nombres propios

JULIO ARIZA

Tras concluir sus estudios en la Universidad de Navarra (propiedad del Opus Dei), Julio Ariza Irigoyen marchó a Cataluña, donde llegó a ser diputado del PP, caracterizado por su apasionada defensa de las políticas más ultraderechistas y católicas. Ariza era la mano derecha de Alejo Vidal-Quadras en el Parlamento de Cataluña, pero en 1996, cuando José María Aznar tuvo que pactar con Jordi Pujol y Xavier Arzalluz para llegar a La Moncloa, CiU exigió que Vidal-Quadras y Ariza abandonaran la primera línea política catalana. Fue entonces cuando Julio Ariza dejó la política y el partido para desarrollar su empresa de comunicación.

Ariza cuenta con unas magníficas relaciones con los miembros más importantes de la Iglesia católica española y pasa por ser uno de los grandes amigos del arzobispo de Madrid, el cardenal Rouco Varela. Ocupa, según el Registro Mercantil, cargos en casi 30 empresas, a las cuales se incorporó tras abandonar la política[410].

Intereconomía TV

Surge después de que Ariza, en mayo de 2005, comprase a Recoletos los activos

de Expansión TV, emisora que cesó sus transmisiones días antes. Intereconomía TV se lanzó en julio de ese año a través de la misma frecuencia de Expansión TV, en la señal de TDT que operaba Veo TV y en las plataformas de televisión de pago donde anteriormente emitía Expansión TV.

En junio de 2007 Veo TV firmó un acuerdo de emisión con Sony Pictures Television International cuyo resultado fue Sony Entertainment Television en Veo, que dejaba fuera a Intereconomía TV. En 2008, el Grupo Intereconomía compra el 25 por 100 de las acciones Net TV y recupera su posibilidad de emitir en el ámbito nacional. Net TV es la empresa que posee el canal de la TDT que se adjudicó al grupo Vocento, y que posee seis licencias. Intereconomía TV sustituyó al canal Net TV y, tras los acuerdos entre diferentes entidades, el accionariado de Net TV quedó compuesto por Vocento (55 por 100), Grupo Intereconomía (25 por 100) y The Walt Disney Company Iberia (20 por 100).

Desde el inicio de su emisión en TDT en abierto (1 de marzo de 2008), su programación se ha ampliado con contenidos generalistas, pero sin abandonar la especialización económica.

Para ricos, de derechas y católicos

El Grupo Intereconomía basa su discurso para atraer a los anunciantes presentando como destinatarios de sus medios a los sectores adinerados y de derechas. En su presentación declara también su inspiración religiosa: «Los valores del Grupo Intereconomía se basan en el humanismo de raíces cristianas». El perfil elitista con el que se anuncia Intereconomía TV en su página oficial es evidente, afirma que «su público se compone en gran medida de personas con poder adquisitivo alto y medio-alto». Y dos párrafos después añade que su *target* (segmento del mercado al que está dirigido un bien, ya sea producto o servicio) «se compone de hombres y mujeres urbanos entre veinticinco y cuarenta y cuatro años, con un perfil socieconómico alto y un poder adquisitivo y una capacidad de ahorro elevados que les permiten contar con capital para invertir». Sobre los oyentes de Radio Intereconomía aplican el mismo discurso: «Es un individuo urbano, en su mayoría inversor, que se mueve en los ámbitos de la empresa y los negocios. Nuestra audiencia es usuaria de internet y de las nuevas tecnologías. Como inversor y comprador, nuestro público dedica al ahorro y la

inversión una parte importante de sus ingresos y acepta el riesgo y los nuevos productos». En lo referente a la revista *Época* añaden que su lector, además de rico, es de derechas: «Está dirigida a un público objetivo determinado y muy numeroso, el lector "de derechas" un *target* del máximo interés y rentabilidad para los anunciantes». Afirma que «hasta ahora, el lector de *Época* ha sido varón, entre treinta y cincuenta años y de clase media y media-alta. Pero los cambios sociales y el progresivo desacomplejamiento *[sic]* de los ciudadanos de derechas está abriendo la horquilla sensiblemente», y destacan que la revista «ocupa el sexto lugar en el *ranking* de audiencia entre los ejecutivos españoles (2007)». Reitera la expresión «de derechas» en la presentación del portal www.lanacion.es: «Se dirige a un público objetivo muy numeroso: el lector de derechas con criterio propio, un *target* del máximo interés y rentabilidad para los anunciantes».

En cuanto a la revista *Alba*, señala que ofrece «la mejor información acerca de la actualidad desde una perspectiva familiar y católica». Afirma que sus lectores son «de clase media y media-alta, interesados en la actualidad general, con una opinión formada y con hábitos de consumo familiares. Y además, plenamente identificados con la línea editorial del semanario, lo que revierte en grado de confianza máximo también hacia la publicidad que se inserta en sus páginas». La revista *Diplomacia* no podía ser menos, destinada a «un segmento de lectores bien definidos y con alto poder adquisitivo: diplomáticos extranjeros en España, diplomáticos españoles, damas diplomáticas y el Ministerio de Asuntos Exteriores».

El estilo Intereconomía

El estilo editorial de los medios del Grupo Intereconomía se caracteriza por una tremenda virulencia y agresividad hacia el Gobierno de Rodríguez Zapatero y en la defensa de la ideología más radical de derechas. Con este fin ha reclutado a los comentaristas situados en la extrema derecha del panorama español. Un ejemplo de este estilo es uno de sus anuncios titulado «El socialismo nunca ha dejado de matar»[411]. Se emite en pantalla una especie de *powerpoint* con los siguientes mensajes:

> Socialismo soviético 20 millones de muertos [con fotografía de Lenin], Nacional socialismo 14 millones de muertos [con foto de Hitler], Socialismo chino 30 millones de muertos [con foto de Mao], Socialismo camboyano 2 millones de muertos [con foto de Pol Pot]. Socialismo español 100.000 muertos… antes de nacer [con foto de Rodríguez Zapatero]. No a la pena de muerte, no al aborto.

En noviembre de 2008, la víspera del aniversario de la muerte de Franco, Intereconomía TV emitió un programa que reivindicaba la figura del dictador bajo el título *España en la Memoria*. En el escenario aparecían uniformes de la guardia personal de Franco y de su Guardia Mora, así como un busto suyo. El conductor del programa, el documentalista Alfonso Arteseros, se refirió en todo momento al «anterior jefe del Estado» en términos emotivos y dio entrada a las imágenes en las que toreros como Miguel Báez *Litri* y deportistas hablaban de cuando eran recibidos por Franco. Uno de los invitados, el historiador y ex legionario Guillermo Rocafort, proclamó que «desde una escombrera nacional [Franco] supo crear una estructura económica que permitió el desarrollo subsiguiente». En el programa también estaba presente el ex ministro franquista Utrera Molina, quien recalcó el orgullo de haberse mantenido fiel «a un pasado que estuvo tan limpio como el que representaba el Caudillo de España». «Franco no tenía un alma seca y fría, tenía sentimientos, yo he visto llorar a Franco», apuntó un emocionado Utrera[412].

En junio de 2010 el Ministerio de Industria abrió un expediente de información previa a Intereconomía TV por las afirmaciones de un tertuliano del programa *El gato al agua*, Eduardo García Serrano, quien calificó de «zorra repugnante», «guarra» y «puerca» a la *consellera* de Salut de Catalunya, la socialista Marina Geli[413]. Anteriormente, García Serrano ya había mostrado su homofobia en las tertulias de Intereconomía llamando «maricón» al diputado socialista Pedro Zerolo y de «maricona vieja» al escritor Antonio Gala[414]. Un mes después, Intereconomía TV fue sancionada por un anuncio promocional que atentaba contra la ley que desarrollaba una directiva comunitaria y que establecía la obligación del debido respeto a la dignidad de las personas o a sus convicciones religiosas y políticas, así como la no discriminación por motivos de nacimiento, raza, sexo, religión, nacionalidad y opinión. La Subdirección General de Medios

Audiovisuales condenó a la cadena a pagar 100.000 de multa por la utilización ilícita de la imagen de los homosexuales en ese anuncio.

Lobby

Fundación Intereconomía. Al igual que la COPE, suele colaborar con la Fundación Universitaria San Pablo-CEU, obra de la Asociación Católica de Propagandistas, una institución educativa que tiene su origen en el Centro de Estudios Universitarios (CEU).
Premios Trámite Parlamentario a las Mejores Iniciativas Políticas. El premio no incluye ninguna dotación ecónomica y como se desdobla en varios ámbitos temáticos resultan galardonados eurodiputados españoles, diputados del Congreso y del Senado, consejeros y diputados autonómicos y alcaldes y concejales de municipios de toda España de todo el arco ideológico. En 2008 incorporaron dos nuevos galardones: uno a la empresa más responsable y otro a la comunicación política más eficaz. Tanto los premiados como el jurado suelen ser empresas que contratan publicidad con el grupo, ese año las galardonadas fueron DKV Seguros e Iberdrola, y Mapfre en el jurado.
Tiene también un departamento denominado Intereconomía Conferencias, donde organiza charlas y seminarios en los que se abordan diferentes materias, siempre relacionadas con los sectores financiero y empresarial.

Acuerdos con otros grupos

Es la corresponsalía en España de la televisión económica estadounidense CNBC. Según afirman, cada día ofrecen cinco conexiones informativas de un redactor de Intereconomía que interpreta la Bolsa y la economía española. CNBC es una división de la empresa NBC Universal, que a su vez es propiedad de General Electric Company.

Escoltas y transfuguismo

El presidente del Grupo Intereconomía Corporación, Julio Ariza, organizó la

protección de los diputados tránsfugas socialistas Tamayo y Sáez, quienes impidieron que su propio partido lograra en 2003 el gobierno de la Comunidad de Madrid a pesar de contar con la mayoría parlamentaria mediante un acuerdo con Izquierda Unida. Finalmente se tuvieron que repetir las elecciones, en las que sería vencedor el PP y Esperanza Aguirre conseguiría la presidencia de la Comunidad de Madrid. José María Calzada, un ex escolta de Ariza, declaró a la Cadena SER que días antes de la votación el presidente de Intereconomía le ordenó participar en la vigilancia de ambos diputados y, después, en el traslado y protección de los tránsfugas una vez se ausentaron de la Cámara Regional e impidieron la investidura de Rafael Simancas en beneficio de Aguirre.
La Guardia Civil detuvo al jefe de este dispositivo de seguridad, José Antonio Expósito, acusado de falsedad documental y usurpación de funciones públicas al hacerse pasar por agente del CNI, cargos por los que el fiscal pidió nueve años de prisión. Durante el registro de su domicilio, el instituto armado se incautó de un diario en el que este escolta relataba cómo se pusieron en contacto con él para que se encargara de la protección y vigilancia de Tamayo y Sáez días antes de que se ausentaran de la votación de la Asamblea de Madrid, impidiendo que el PSOE gobernara la región. En ese diario, Expósito detallaba de su puño y letra que había contado para ese trabajo con la colaboración de «Chema», apelativo que empleaba para dirigirse a José María Calzada, chófer y escolta personal de Julio Ariza en aquellos días. Ambos llegaron a mantener una relación de amistad cuando trabajaban juntos en Intereconomía[415]. Dos años después, Esperanza Aguirre concedería a Intereconomía una licencia de televisión para la Comunidad de Madrid.

Libertad Digital

LIBERTADDIGITAL.COM

esRadio. Cadena de radio generalista que emite a través de la licencia de Unión Liberal Radio, una empresa participada por Libertad Digital (55 por 100) y Unidad Editorial (45 por 100). Emite desde Madrid, pero cuenta con más de medio centenar de emisoras asociadas que le permiten llegar a casi todo el país. Entre sus fundadores estaba Luis Herrero, que fue eurodiputado del PP. Desde

2009 tiene un acuerdo con Veo TV (Unidad Editorial) para emitir en directo la tertulia de esRadio de Federico Jiménez Losantos.
Libertad Digital TV. Cadena de televisión de ámbito local con licencias de emisión en la Comunidad de Madrid, Murcia y Comunidad Valenciana. Todas ellas gobernadas por el PP.

Historia

Empezó en torno a la revista de pensamiento *La Ilustración Liberal*. El proyecto de Libertad Digital nace en marzo del año 2000. Sus cuatro principales fundadores son Federico Jiménez Losantos, considerado *alma mater* y líder indiscutible del grupo; el periodista Javier Rubio, José María Marco, director de la revista *La Ilustración Liberal*, y Alberto Recarte, economista y empresario que asumió la presidencia. También se encontraba entre los fundadores el cubano afincado en España, Carlos Alberto Montaner.
Federico Jiménez Losantos, Javier Rubio y Alberto Recarte tenían la mitad del accionariado, mientras que la otra mitad estaba en manos del Grupo Intereconomía. Posteriormente, se hizo una ampliación de capital de 486.000 euros (el 50 por 100 del capital, social), y una oferta pública de suscripción de acciones de 5,34 millones de euros. En septiembre de 2005, el Grupo Intereconomía vende su participación, que suponía el 21,3 por 100 del capital, al empresario Arturo Baldasano. Sólo un mes después vende la mitad de ellas, de las cuales buena parte son adquiridas por Federico Jiménez Losantos y Alberto Recarte. De este modo, Baldasano, Losantos y Recarte se convierten en los accionistas de referencia de Libertad Digital[416]. Hoy Libertad Digital está presidida por Alberto Recarte. Federico Jiménez Losantos es su vicepresidente, Javier Rubio su director general y su director, Javier Somalo.
En el proyecto participan también miembros del Instituto Cato y de la fundación norteamericana Heritage. El Instituto Cato, con sede en Washington, centra su ideario en la destrucción del Estado protector y en la privatización total de las pensiones. Uno de sus responsables es el ex ministro fascista chileno José Piñera, cerebro del programa económico de Pinochet. El instituto sostiene que no recibe ningún financiamiento del Gobierno de Estados Unidos si bien sus informes anuales disponibles en su página oficial esta-dounidense muestran

numerosas subvenciones de corporaciones y multinacionales[417]. En su página web en español[418] reconoce ingresos durante el año 2005[419] de aproximadamente 22,4 millones de dólares; posee unos 100 empleados a tiempo completo, 60 académicos asociados y 16 académicos, más los pasantes. Una investigación de Red Voltaire[420], un portal informativo liderado por el periodista francés Thierry Meyssan, desvela que gozó desde el principio del apoyo económico de los hermanos Koch —Charles G. y David H.—, herederos del gigante petroquímico Koch Industries. El Instituto Cato retoma y difunde también las teorías de Charles Murray sobre la desigualdad entre las razas. La información investigada por Red Voltaire establece que en 1985 su ideario se concentraba en el desmantelamiento de las estructuras protectoras del Estado heredadas del New Deal del presidente Franklin D. Roosevelt, promoviendo la supresión del impuesto sobre la renta y la privatización de las pensiones (Social Security) así como la apuesta por la asistencia sanitaria privada de las multinacionales y, seguidamente, de la enseñanza. Con ese objetivo recluta al economista chileno José Piñera. Influenciado por los «Chicago Boys» y por el guía de estos últimos, el economista Milton Friedman, Piñera estableció en Chile la sanidad de pago, privatizó hasta las guarderías y los cementerios y, lo más importante, la Seguridad Social. De esa manera, disminuyó considerablemente los impuestos pero dejó sin jubilación a más de la mitad de los ancianos.

Red Voltaire recuerda que la respetabilidad de este *think tank*

> se vio opacada por su racismo biológico y su egoísmo social así como por su nivel de corrupción. Al recibir sumas millonarias de las multinacionales que lo financian, el Cato Institute dejó de defender ideas para defender intereses. Publicó, por ejemplo, investigaciones sobre la inocuidad del tabaco después de recibir importantes donaciones del fabricante de cigarrillos Philip Morris y criticó el alarmismo de los ecologistas ante el efecto invernadero después de obtener contribuciones de sus mecenas de Exxon-Mobil.

En cuanto a la Fundación Heritage, nace estrechamente vinculada a la Administración Reagan y al Gobierno Thatcher con un discurso conservador, militarista y rabiosamente neoliberal. Red Voltaire ya señalaba en 2005[421] que

esta fundación manejaba un presupuesto de comunicación de 35 millones de dólares anuales. Según Red Voltaire, el proyecto nació de Paul Weyrich, un asistente de extrema derecha en el Congreso, y Edwin J. Feulner Jr., presidente del grupo de estudios del Partido Republicano en la Cámara de Representantes. Para crear la fundación contaron con el magnate de las cervecerías de Colorado, el barón Joseph Coors, y el banquero Richard Mellon Scaife. También recibieron una subvención de 2,2 millones de dólares de la fundación coreana, en realidad servicios de inteligencia surcoreanos, KCIA, controlados por el reverendo Sun Myung Moon, más conocido en el mundo como líder de la secta Moon. La Fundación Heritage se convierte en instrumento fundamental de la campaña de Ronald Reagan hacia la Casa Blanca, y cuando éste gana las elecciones, escoge a 10 colaboradores de la Fundación Heritage para su equipo de transición. El que fuera director de la CIA, William Casey, fue uno de los primeros miembros de la fundación Heritage.

Casey —afirma Red Voltaire— recluta para dirigir sus publicaciones al periodista Roger Pearson, un racista militante de la Liga Anticomunista Mundial y colaborador del complejo militar industrial, que renunciará cuando la prensa revele algunas de sus diversas actividades. Red Voltaire recuerda que dio alojamiento en sus sedes al Comité para un Afganistán Libre (Committee for a Free Afghanistan) cuando ese país estaba bajo la órbita soviética y recibió apoyo de «libertadores» como Osama Bin Laden. Con George W. Bush en la presidencia de Estados Unidos, la Fundación Heritage redobló su protagonismo. Posee 200.000 mil donantes millonarios y en 2003 sus expertos participaron en 1.100 programas de televisión, en 1.418 programas radiales y publicaron 907 artículos en la prensa escrita[422]. Con amigos así, Libertad Digital puede avanzar con comodidad en su proyecto informativo.

Accionistas

Su presidente, Alberto Recarte, afirmó: «Somos diferentes de otros grupos: tenemos más de 1.000 accionistas (otros 1.500 no han podido suscribir acciones en nuestra última ampliación de capital), no tenemos deudas»[423]. Serán más de 1.000, pero el 25 por 100 de las acciones son de la empresa Tampoco, S.L., cuyo administrador único es Federico Jiménez Losantos; Inversiones Loarga, S.A.,

presidida por Alberto Recarte posee el 12,14 por 100 y Javier Rubio tiene el 6,33 por 100.

Nombres propios

ALBERTO RECARTE

Presidente de Libertad Digital. Licenciado en Derecho y Ciencias Económicas, es técnico comercial y economista del Estado. Fue consejero comercial de la Embajada de España en La Habana (1974-1978) y director general de Organización del Gabinete del presidente del Gobierno y consejero económico del presidente del Gobierno durante el periodo de UCD.

También ha sido vicepresidente del Círculo de Empresarios y del Club de Exportadores, así como consejero de las hidroeléctricas Fenosa y Endesa. Desde marzo de 1982 es vicepresidente ejecutivo y consejero delegado de Centunión y, desde julio de 2008, consejero delegado de Alcalagrés. En la actualidad desempeña también los cargos de consejero de Caja Madrid y miembro del Consejo Rector del Instituto de Empresa. Es también vocal de la Junta Directiva de la Asociación Madrileña de la Empresa Familiar, patrono de la Fundación FAES y consejero de Iberia L.A.E., S.A. Es evidente que con esa presencia en la gran empresa no es difícil que le falte publicidad a Libertad Digital, lo que ya no es tan fácil es informar con neutralidad sobre el calentamiento global si el presidente es consejero de Fenosa, Endesa e Iberia; o de las propuestas sindicales si es miembro de la dirección del Instituto de Empresa y de la Junta Directiva de la Asociación Madrileña de la Empresa Familiar. Tampoco puede ser muy equilibrado políticamente si es patrono de una fundación del PP (FAES). En diciembre de 2006 ya escribían en Elplural.com[424] sobre los recursos financieros que conseguía Recarte para Libertad Digital y sobre sus relaciones económicas y políticas. Según este portal, fue el PP quien le hizo consejero de Caja Madrid y de Endesa, lo que le proporciona unos ingresos de 600.000 euros al año. Igualmente, señalan que Caja Madrid «siempre ha dispensado un trato de especial favor en el depósito de las acciones de Libertad Digital». Los entonces altos cargos del PP, Eduardo Zaplana y Ángel Acebes, le ponen en contacto con

los «empresarios afines al PP que han acudido a las sucesivas ampliaciones de capital del periódico». Elplural.com señala que «los contratos de Centunión Española de Coordinación Técnica y Financiera, S.A. con la Administración, así como los constructores adquirentes del material de Alcalagrés, S.A. pueden revelar pistas de quiénes son los amigos *de facto* de Libertad Digital y Jiménez Losantos. […] El presidente de Centunión Javier Krahe Ruiz es, en la sombra, uno de los tutores del crecimiento y el impulsor del grupo Libertad Digital, internet y TV. Krahe Ruiz, presidente de Alsat y administrador de Alcalagrés y de Inversiones Angloespañolas, es socio de la Simcav Inversiones GCU». Por último, señalar que el 18,06 por 100 de Centunión es de Inversiones Loarga, S.A., la empresa presidida por Alberto Recarte que, como ya señalamos, posee el 12,14 por 100 de Libertad Digital.

Recarte es, además, vicepresidente de la Fundación Hispano-Cubana, una asociación creada en Madrid en 1996 a modo de filial de la Fundación Cubanoamericana (FNCA) con sede en Miami, fundada por Jorge Mas Canosa, ya fallecido. Este último adquirió de forma irregular la filial de Telefónica Sintel. La justicia española decretó en 2009 la apertura de juicio contra los ocho acusados del caso Sintel por los delitos de insolvencia punible, delito societario y contra la Hacienda Pública, por los perjuicios que causó la quiebra de la filial de Telefónica en 2001. En junio de 2010 la Fiscalía Anticorrupción solicitó a las autoridades estadounidenses el embargo de todas las cuentas bancarias y propiedades de sus herederos para hacer frente a las posibles indemnizaciones que suman más de 300 millones de euros.

La verdad es que, paseando por la página de Libertad Digital, impresiona la presencia de publicidad. A diferencia de muchas webs que recurren al sistema de inserciones proporcionadas por Google, allí lo que se observa son *banners* de grandes empresas: Vodafone, BBVA, Movistar, Ya.com, La Caixa, Alsa, El Corte Inglés, importantes aseguradoras… Elplural.com califica de «escandaloso» el caso de Endesa, que tiene un contrato suculento de colaboración con *Libertad Digital*, siendo Recarte consejero de ambas compañías. También destacan el apoyo de Ibercaja, de la que Manuel Pizarro —gran esperanza política de Esperanza Aguirre e íntimo amigo de Recarte y Losantos— fue presidente. Elplural.com añade que «la Generalitat Valenciana y la Comunidad de Madrid pagan millones de las antiguas pesetas a Losantos y Recarte colocando su

publicidad en *Libertad Digital*».

En diciembre de 2006 Alberto Recarte participó en el programa de Federico Jiménez Losantos en la COPE, donde se abordó el golpe de Estado de Pinochet en Chile. Recarte afirmó que ese golpe «estaba perfectamente justificado». Según señaló «el golpe ya lo había iniciado» el presidente socialista Salvador Allende «y su partido» contra la «democracia chilena y el Estado de Derecho», de modo que el levantamiento de Pinochet era de «defensa de la Constitución chilena» y «el golpista era Allende». Sostuvo que el presidente legítimo mantenía «inerme» el país y destruyó la economía chilena. «Como es lógico y normal según la ortodoxia marxista», apuntó Losantos. Éste lamentó que tanto Pinochet «como Franco» no fueran *auténticos* liberales, ya que sus golpes fueron más «contra el comunismo» que «para reformar la economía». La tardanza y la escasa pureza de su liberalismo es el único *pecado* que Losantos recriminó a un dictador del que elogió su política económica[425].

Los principios liberales de no intervención del Estado, Recarte suele dejarlos aparcados cuando lo considera oportuno. Según recogía EFE de su intervención en el IV Congreso de Directivos Extremanagers, que se celebró el abril de 2009 en Badajoz, organizado por la Escuela de Negocios ITAE, para enfrentar la crisis económica lo más importante es sanear el sistema financiero, cuestión que se está haciendo muy lentamente; en su opinión, el Estado debería suministrar a todas las cajas y bancos los recursos que necesiten[426].

FEDERICO JIMÉNEZ LOSANTOS

Militante de extrema izquierda durante el franquismo, en la transición pasó a pertenecer a un partido socialista fuera de la órbita del PSOE. En 1982, se estableció en Madrid y pasó de colaborar en *El País* a hacerlo en *Diario 16*, y después en *ABC* y *El Mundo*. En los noventa se incorporó a la COPE para abandonarla en 2009. Ideológicamente se define como liberal con un discurso que no es otra cosa que el de la ultraderecha y aunque mantiene fuertes conflictos con algunos sectores del PP no se puede saber si éstos obedecen a verdaderas diferencias editoriales e ideológicas o es el resultado de no haber logrado beneficios o privilegios de algunos dirigentes o altos cargos de este partido que están o han estado en el poder.

Sus insultos e injurias han sido castigados por los tribunales en numerosas ocasiones. En febrero de 2007 la Audiencia Provincial de Barcelona condenó a la Cadena COPE y a Federico Jiménez Losantos a indemnizar con 60.000 euros a Esquerra Republicana de Catalunya (ERC), a su presidente y su secretario general por vulnerar su derecho al honor al equipararles con terroristas. En febrero de 2008 otro juzgado de Barcelona le condenó a pagar 3.000 euros por calificar de «terrorista» a un magistrado. En junio de 2008 recibió otra condena de 36.000 euros de multa como autor de un delito continuado de injurias graves vertidas contra el alcalde de Madrid, Alberto Ruiz-Gallardón, a quien Jiménez Losantos acusó durante meses de querer que quedaran impunes los asesinos del 11-M. Al conocer la sentencia, Losantos afirmó que «si el precio del honor del alcalde es tan accesible» y a él sólo le costaba 36.000 euros, seguiría atacándole[427]. En noviembre de 2008 otro juez le condenó a pagar de nuevo a ERC 60.000 euros por daños morales por un artículo del año anterior en el diario *El Mundo* en el que aseguraba que en todas las sedes de ese partido había «armas y munición». En diciembre de 2009 la justicia condenó a Jiménez Losantos a indemnizar con 100.000 euros al ex director de *ABC*, José Antonio Zarzalejos, por los insultos y afirmaciones injuriosas que el periodista vertió desde su programa de radio; posteriormente sería revocada en segunda instancia por la Audiencia Provincial de Madrid y recurrida ante el Tribunal Supremo por Zarzalejos (véase capítulo Vocento).

Periodistas de diferentes posiciones ideológicas han criticado el estilo de Jiménez Losantos. Desde Iñaki Gabilondo[428] al presidente de honor de la Federación de Asociaciones de Radio y Televisión (ATR), Luis del Olmo, quien lamentó que su entidad hubiese premiado con el Micrófono de Oro al periodista de Libertad Digital. El humorista Andreu Buenafuente rechazó ese mismo galardón tras enterarse de que también se lo habían otorgado a Jiménez Losantos.

CARLOS ALBERTO MONTANER

Nacido en La Habana, reside en Madrid desde 1970. Según señalan los periodistas Hernando Calvo Ospina y Katlijn Declercq en su libro *¿Disidentes o mercenarios?* (Vosa, 1998), fue condenado en Cuba en 1961 por participar en

una organización terrorista que camuflaba explosivos en paquetes de tabaco. Salió de este país para alistarse en las fuerzas del ejército estadounidense durante la crisis de los misiles. Posteriormente, según el Gobierno cubano, fue reclutado por la CIA siendo estudiante universitario. Se radica en España en 1970 fundando la Editorial Playor y la agencia de prensa Firmas Press, ambas especializadas en criticar la Revolución cubana. La financiación de todo ello nunca ha estado clara, aunque el Gobierno cubano siempre ha asegurado que proviene de la CIA. La misma fuente señala que Montaner fue el encargado de facilitar el ingreso en Francia al terrorista Juan Felipe de la Cruz, quien murió al estallarle la bomba que transportaba. Además fue miembro fundador de la ya citada Fundación Hispano-Cubana (FHC).

Línea editorial

A Libertad Digital le gusta presentarse como un medio de pensamiento liberal que reniega de la política y los políticos: «Nuestro grupo se identifica editorialmente con los españoles que piensan que nuestros políticos se han convertido en un problema para superar la crisis»[429], escribía Alberto Recarte con motivo del décimo aniversario del portal. Sin embargo, de los 19 artículos de opinión que escribían en *Libertad Digital* para conmemorar sus diez años, seis eran cargos públicos del PP[430]. Su posición ultraderechista les lleva en ocasiones a considerar enemigo incluso al PP: «La catastrófica política del PP en los medios de comunicación acabará liquidando hasta el último vestigio de la derecha liberal», «a nadie hemos apoyado tanto en estos cuatro años como al propio Aznar, el mismo que nos desesperó hasta el punto de inventarnos un periódico virtual»[431], afirmaba Jiménez Losantos en un artículo con motivo del cuarto aniversario de Libertad Digital. Sin embargo, sus relaciones con el sector más extremista del PP son magníficas, de ahí la concesión de una licencia de televisión para Madrid por la presidenta de esta comunidad, Esperanza Aguirre.

Grupo Promecal

Implantado en la prensa regional de Castilla y León y Castilla-La Mancha, y en el sector televisivo local en la Comunidad Foral de Navarra y en la de Castilla y

León.

PRENSA

La Tribuna de Albacete, La Tribuna de Puertollano, La Tribuna de Ciudad Real, La Tribuna de Toledo, La Tribuna de Talavera, Diario de Ávila, El Adelantado de Segovia (25 por 100 de Promecal), *Diario de Burgos, Diario Palentino, El Día de Valladolid*. Con todos distribuye el suplemento dominical *Osaca*. De lunes a viernes incluye en todos sus periódicos el suplemento económico *Negocio & Estilo de vida*, con dos ediciones diferentes, una para Castilla y León y otra para Castilla-La Mancha.
Burgos Ocasión (anuncios en esta provincia).

TELEVISIÓN Y RADIO

Radio Televisión de Castilla y León. Posee el 50 por 100 de las acciones de la empresa totalmente privada que explota la licencia de televisión autonómica digital terrestre por medio de Castilla y León Televisión. A través de ella posee dos canales: CyL7 y CyL8.
Canal 6 Navarra. Dispone de licencia autonómica de TDT y emite a través de dos cadenas, Canal 6 Navarra y Canal 6 Dos.
Varias de sus licencias de radio están explotadas por Onda Cero.
Cuenta también con la agencia de noticias ICAL y posee sus propios talleres de impresión.

Relaciones con otros grupos

La publicidad de sus periódicos está gestionada por Gestión de Medios (GdM), una empresa del Grupo Prisa[432]. Igualmente, parte de la impresión de los medios escritos de Prisa se realiza en las rotativas de Promecal[433].

Historia

El origen del grupo se encuentra en la creación en el año 2000 de la Promotora de Medios de Castilla y León, ente que aglutinó a 14 empresas del sector de la comunicación y multimedia.

Su expansión territorial comienza a través de Canal 6 Navarra, que consigue la licencia autonómica de TDT para la Comunidad Foral. A partir de entonces, el grupo se expande en la comunidad manchega a través de la Promotora de Medios de Castilla-La Mancha, mediante la edición de los periódicos del grupo La Tribuna.

Accionistas

Promecal es mayoritariamente propiedad del constructor Antonio Miguel Méndez Pozo y su familia. Sin embargo en su web no hay ninguna referencia a quién o quiénes son los accionistas del grupo. La empresa de información financiera Informa D&B señala que el principal accionista de Promecal es la sociedad limitada Río de los Ausines, propietaria del 98 por 100 de las acciones, el gerente y administrador único es Miguel Méndez Ordóñez, hijo de Antonio Miguel Méndez Pozo. A su vez, la dueña de Río de los Ausines es, en un 56,68 por 100, la Sociedad de Gestión Burmor, S.L., cuyo principal accionista, gerente y administrador es Gregorio Méndez Ordóñez, hijo también de Méndez Pozo.
En 1992, la Audiencia de Burgos condenó a Antonio Miguel Méndez Pozo —junto a varios ediles del PP— a siete años y tres meses de cárcel por falsedad en documentos públicos y privados, estafa y desacato. No obstante, Méndez Pozo apenas cumplió nueve meses en la prisión provincial de Burgos y desde entonces su carrera ha sido un éxito hasta contar con los Príncipes para la inauguración de la nueva sede de su empresa. Propietario también de varias inmobiliarias y constructoras, mantiene buenas relaciones con el Gobierno de José María Barreda tras su inversión en el aeropuerto de Ciudad Real, que le ha permitido a su vez contar con el respaldo financiero de la intervenida Caja Castilla-La Mancha. Su hijo, Miguel Méndez Ordóñez, por supuesto también empresario, reconoció en 2006 haber invitado a altos funcionarios municipales y a un concejal del PP de Burgos a un viaje con todos los gastos pagados a la Costa Azul, y añadió que está dispuesto a seguir haciéndolo con los que colaboren con sus empresas[434]. Y como Dios los cría y ellos se juntan, Méndez Pozo es socio de José Luis Ulibarri en la explotación de la licencia de Radio Televisión de Castilla y León en esta comunidad. Cada uno es propietario del 50 por 100 de las acciones. Ulibarri es propietario de numerosas empresas de construcción y ha

estado implicado en diversos escándalos, incluida la trama Gürtel. También está vinculado a diversos medios audiovisuales de la Comunidad Valenciana y al grupo empresarial Begar; es amigo personal de Luis del Olmo y bien relacionado tanto con José Bono como con el PP, en especial con el denominado «clan de Valladolid». Resultó adjudicatario de numerosas obras públicas, parcelas, infraestructuras, servicios y contratas cuando se encontraba legalmente inhabilitado para ello y carecía de capacidad para contratar con las Administraciones Públicas. En otra ocasión, una empresa suya adjudicataria de obras por el Ayuntamiento de Boadilla del Monte, resultó que era fantasma, no estaba registrada en la Seguridad Social ni tenía trabajadores.

Despidos

En mayo de 2009 el Grupo Promecal anunció un ERE que afectaba a 90 trabajadores en Castilla-La Mancha, lo que suponía alrededor de un 10 por 100 de la plantilla total. Como consecuencia cerraría *La Tribuna de Cuenca* y *La Tribuna de Guadalajara*. Tras la negociación, los despidos quedaron en 77 trabajadores, y seis de ellos serían recolocados. La empresa afirmó que la reestructuración no afectaría a sus medios de Castilla y León, donde no habría despidos. Cuatro meses después ya había echado a seis trabajadores de *El Día de Valladolid* y ocho del *Diario de Ávila*.

CAPÍTULO XII
A modo de conclusión

Tras este repaso a los grupos de comunicación no puede haber ninguna duda en recurrir al término «traficantes» como el que mejor los identifica, puesto que hemos encontrado fraudes fiscales, especulaciones urbanísticas, violaciones de las medidas contra la concentración, atropellos laborales mientras altos directivos disfrutan de sueldos millonarios y contratos blindados, ejecutivos con sentencias judiciales que les implican en connivencia con la mafia, fortunas nacidas a la sombra del nazismo, empresas que comercializan armas para dictaduras, implicaciones al más alto nivel con el franquismo… A lo largo de estos capítulos hemos levantado la alfombra de los lujosos despachos de las empresas de comunicación y hemos encontrado lo que ellas nunca incluirán en sus medios. Nuestros sistemas políticos se fundamentan en el acceso de los ciudadanos a la información, sólo así éstos pueden contar con los elementos necesarios para ser hombres y mujeres libres de pleno derecho. Lo que hemos descubierto debajo de las alfombras muestra la miseria de quienes se han apropiado del poder de la información y en quienes, voluntaria o involuntariamente, hemos delegado nuestro derecho a estar informados. El derecho a «recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión», consagrado en el artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos (1948); o el de recibir información «veraz», recogido en España por primera vez en una Constitución europea, se convierte así en una marca para su cotización en la Bolsa de valores o en objeto de trueque y comercio entre grandes grupos económicos y financieros.

Por otro lado, los profesionales de la comunicación se han convertido en simples

operarios obligados a producir bienes rentables y a dar forma a los criterios editoriales emitidos desde los consejos de administración de propietarios. «Mi precariedad es tu desinformación», reza uno de los eslóganes del Sindicato de Periodistas, a través del cual intentan expresar que no puede haber buen periodismo en condiciones laborales miserables. Según Dardo Gómez, secretario general de la Federación de Sindicatos de Periodistas (FeSP), «en estos momentos, más del 40 por 100 de la profesión periodística está en el paro o carece de todo tipo de contrato laboral; con lo cual los abusos se han generalizado. "Lo tomas o lo dejas" es la fórmula que aplican las empresas, con lo cual se trabaja a la medida de los intereses empresariales y tratando de satisfacer esos intereses para conservar el empleo»[435]. La realidad es que no hay código deontológico ni principios éticos de la profesión que puedan enfrentarse a la maquinaria empresarial. «Los periodistas españoles nunca han contado —como sus colegas de otros países europeos— con una normativa destinada a preservar su independencia profesional ni a garantizar a sus lectores, oyentes o televidentes su derecho a la información», afirma Dardo Gómez. «El paso de los años —en opinión de este sindicalista— ha supuesto una involución; motivada básicamente por el desinterés de las empresas por la calidad de la información y la creciente precariedad laboral que ha dinamitado el pensamiento crítico en las redacciones»[436].

Quizá eso pueda explicar que cuando en España se debatía el Estatuto del Periodista, donde se planteaba la creación de un consejo de información en el que estuvieran representados sindicatos y periodistas, las empresas de comunicación se rebelaban argumentando que «en una sociedad democrática los periodistas deben quedar fuera de la regulación política». Lo que proponían los grandes medios es que los profesionales quedasen fuera del imperio de la ley, sólo bajo el imperio de sus empresas. Y por supuesto lo consiguieron, el citado estatuto se aprobó en comisión en la anterior legislatura y se dejó en un cajón sin pasar al Congreso. A lo largo de este libro hemos comprobado que la única ley que afecta al periodismo es la de la economía, es decir, la del dinero y los propietarios. Pero una economía que, como también hemos comprobado, no es ajena a la deshonestidad y la criminalidad.

Si observamos el desarrollo histórico que nos ha llevado a esta situación vemos que, a diferencia de otros países, en España no existían grupos multimedia

modernos cuando se inició la transición, en 1975. Entonces el panorama se dividía entre medios estatales heredados de la dictadura, medios propiedad de la Iglesia católica y los pertenecientes a dos familias oligarcas conservadoras, los Luca de Tena *(ABC)* y los Godó *(La Vanguardia)*. Ni que decir tiene que los contenidos y la línea editorial eran idénticos en todos ellos. El catedrático de Periodismo de la Universidad Complutense de Madrid, Fernando Quirós, ha señalado que, ante esta situación, los primeros Gobiernos democráticos de UCD apenas reaccionaron en ninguna dirección, fueron,

> paradójicamente, los Gobiernos socialistas (1982-1996) los que toman medidas destinadas a regular el sector de los medios de comunicación y lo harán, además, asumiendo como propias las tesis de las grandes corporaciones privadas, esto es: la mejor política de comunicación es la que no existe, de forma que el establecimiento de empresas y los procesos de fusión o absorción no deben tener límites, con respecto a los medios públicos, su existencia debe estar ligada a la rentabilidad. […] Las consecuencias no se hicieron esperar. En muy poco tiempo la prensa regional independiente desaparece […]. La televisión privada es entregada a quienes ya eran poderosos en otros sectores, con lo que se refuerzan los perfiles multimedia[437].

Los Gobiernos del PP (1996-2004) —continúa Quirós— «no introdujeron ningún cambio en estas políticas, salvo para modificar las escasas barreras que a la concentración de la propiedad habían puesto los Gobiernos anteriores y aprovechar la privatización de las telecomunicaciones para crear un grupo multimedia políticamente afín». Esto último ya hemos visto que sólo consistió en reyertas financieras en torno a operaciones en Bolsa, guerras de fútbol y de plataformas digitales que el dinero y el negocio se encargaron de pacificar.

Con el transcurso del tiempo, según Dardo Gómez, «los grandes grupos y medios han aumentado su accionariado tanto por la necesidad de mayores inversiones para su expansión como por la necesidad de muchos de esos accionistas de controlar la información. Aunque también es cierto que hace poco más de un par de años también recogían ganancias interesantes. A nadie se le escapa que en España hay desde empresas energéticas a grandes tiendas o

corporaciones farmacéuticas que son intocables para los medios; hasta algunos clubes de fútbol tienen esa capacidad de presión».

Mientras que el panorama de la prensa escrita ha estado a merced del mercado puro y duro, las concesiones televisivas deben corresponder a políticas públicas, puesto que es el Estado el propietario del espacio radioeléctrico. El proceso se inicia con un acuerdo del Consejo de Ministros del 25 de agosto de 1989 donde se adjudicaron a Antena 3, Telecinco y Sogecable (Prisa) tres licencias para la prestación del servicio público esencial de televisión terrestre. Después cada Gobierno iba ampliando concesiones a sus «cercanos». El Consejo de Ministros del 24 de noviembre de 2000, bajo Gobierno del PP, resolvió un concurso para la adjudicación de otras dos concesiones para la explotación en régimen de emisión en abierto del servicio público de televisión digital terrestre, los agraciados fueron Veo TV (Unidad Editorial) y Net TV (Vocento e Intereconomía). Por último, mediante acuerdo del Consejo de Ministros del 25 de noviembre de 2005, ahora con Gobierno del PSOE, se adjudicó una nueva concesión para la explotación en régimen de emisión en abierto a laSexta. Así lo expresa el catedrático de Comunicación Audiovisual del País Vasco Ramón Zallo:

> La estrategia Aznar logró empresas afines al PP tanto en el ámbito estatal como autonómico y local privado (Tele 5, Antena 3, *La Razón*-Planeta, Vocento) e incluso que algunas de ellas se instalaran en la pura desestabilización del sistema democrático (COPE, *El Mundo*…), así que el Gobierno Zapatero buscó contrapesarlo, dando más espacio a grupos más afines, incluso forzando las formas legales más allá del decoro procesual. A Sogecable, que sólo operaba encriptado, le asignó la Cuatro para emitir en analógico y digital (Consejo de Ministros del 29 de julio de 2005 que modifica las obligaciones del contrato concesional derivado de la Ley 10/1988) y, asimismo, laSexta, vinculada a Mediapro y Globomedia, nacía nada menos que mediante cambio legal a la carta, con la Ley 10/2005[438].

En opinión de Zallo, «se ganó en pluralismo y se evitaba un puro sistema de RTV derechista, pero también se evidenciaba, para sonrojo del sistema mediático, el partidismo de los medios y las relaciones entre poderes y

operadores. No se utilizó la vía de las obligaciones de servicio público para el sistema y de un Consejo Audiovisual que lo exigiera»[439].

Según Enrique Bustamante,

> ahora el rasgo básico es la naturaleza multimedia de casi todos los grupos nacionales, con la agravante de que la regulación de todos los Gobiernos ha tendido a acompañar a posteriori la concentración en lugar de prevenirla o limitarla. Estamos en ese sentido peor que en los propios Estados Unidos, ya que ni siquiera la concentración multimedia local (entre prensa, radio y televisión) está limitada, lo que pone en jaque al pluralismo y la democracia de autonomías y municipios. Las nuevas normas de 2009, permitiendo la concentración máxima de la radio y la televisión, empeoran dramáticamente esta situación y ponen en cuestión seriamente el futuro de la diversidad, ideológica y creativa, en España[440].

Y llegamos a la actualidad, donde, en fechas recientes, se ha aprobado en España la Ley General de la Comunicación Audiovisual (Ley 7/2010, de 31 de marzo), una norma fundamental que desarrolla la Directiva Europea 2007/65/CE de Comunicación Audiovisual y deroga 14 leyes que hasta ahora regulaban el sector. Aprobada en el Congreso en enero de 2010 y en vigor desde el 1 de mayo, es importante acercarnos a ella para intentar vislumbrar cuál es la tendencia, al menos en cuanto a intenciones legislativas de los poderes públicos se refiere. Se trata de una norma que cede mayor poder al mercado por diversas razones y que camina en dirección opuesta a los problemas que hemos detectado y denunciado a lo largo del libro. La primera de ellas es que establece para las empresas lo que denomina «derecho a la autorregulación», modo eufemístico de llamar a la prohibición de regulación por parte de los poderes públicos. La periodista de TVE Ana Molano, en un análisis sobre el anteproyecto de esta ley[441], señalaba que la renuncia del Gobierno a la corregulación, tal como establecía la Directiva Europea, «supone la exposición a la voluntad de los intereses particulares de un bien público cedido a una actividad mercantil sin más control que su propio autocontrol».

Ahora los operadores privados pueden dejar de prestar servicios informativos o

arrendar la licencia a terceros (artículo 29), es decir, comerciar con un patrimonio público, la utilización del espacio radioeléctrico. Según Molano, la ley permite «la gestión indirecta, es decir, que alguien que no ha conseguido licencia pública de emisión audiovisual puede obtenerla en el mercado», lo que, en opinión de la periodista, entra en conflicto con «la Convención de la UNESCO refrendada por el Parlamento Europeo (que) establece que las actividades, los bienes y los servicios culturales son de índole a la vez económica y cultural, porque son portadores de identidades, valores y significados, y por consiguiente no deben tratarse como si sólo tuviesen un valor comercial»[442]. El sesgo mercantilista de la ley audiovisual se vuelve a observar en que a la hora de abordar los servicios de comunicación audiovisual comunitarios sin ánimo de lucro, éstos son condenados a la precariedad y la marginalidad al establecer que «sus gastos de explotación anuales no podrán ser superiores a 100.000 euros en el caso de los servicios de comunicación audiovisual televisiva y de 50.000 euros en el caso de los servicios de comunicación audiovisual radiofónica (art. 32.6). El resultado es que las licencias televisivas se convierten en mero objeto de compraventa y las que no tengan esa vocación tienen prohibido crecer».

El ataque a la pluralidad también se observa en la nueva legislación. Como vimos anteriormente, por el hecho de permitir a una persona física o jurídica que adquiera una participación significativa en más de un prestador del servicio de comunicación audiovisual televisiva de ámbito estatal hasta alcanzar el 27 por 100 de la audiencia, si este límite máximo se supera después de la adquisición, ya no es obligatorio respetarlo. Ese límite, por otro lado, es irreal porque, como hemos comprobado a lo largo del libro, los grupos de comunicación comparten empresas de publicidad, de forma que aunque un grupo mediático no supere ese 27 por 100 de la audiencia, un consorcio publicitario sí lo puede hacer puesto que opera con varios medios. No acaba aquí el panorama que facilita la concentración, la ley permite que el accionista pueda participar en diferentes prestadores siempre que queden tres sin su presencia. Se trata de criterios que ya se pusieron en vigor en la Ley 7/2009, del 3 de julio, de medidas urgentes en materia de Telecomunicaciones. Y de la que Ramón Zallo ha afirmado que el criterio neoliberal de introducir la audiencia para autorizar o no operaciones de integración supuso que Zapatero aprobase algo a lo que «no se atrevió Josep

Piqué (ministro durante el gobierno del Partido Popular)». En opinión de Zallo, estamos ante «una autopista para una gran concentración con el horizonte de sólo tres grupos dominantes, o dos dominantes y otros grupos menores, al final de la carrera»[443].

Desde los grandes emporios de comunicación se suele argumentar que la existencia de grupos empresariales fuertes favorece sinergias que les hacen más competitivos al tiempo que les garantiza poder hacer frente a presiones de Gobiernos u otros poderes, garantizándoles así la independencia. Pero la conclusión que sacamos a lo largo de los capítulos estudiados es justo la contraria, que un sistema que permite la concentración y no limita el poder lo que desencadena no es mejorar la posición del medio frente al poderoso sino permitir que sea éste —mediante bancos, financieras, grupos industriales, etc.— quien acumule todo el control y nadie pueda hacerle sombra. Al final, el poderoso *lobby* contra el que, nos decían, buscaban protección para garantizar la independencia, es el propio emporio dueño del medio, y, ahora como dueño, no permite autonomía ni independencia alguna a los profesionales. Para agravar aún más la situación, ese poder acaba siendo tan grande que ni siquiera los poderes públicos tienen capacidad para legislar de forma soberana frente a sus influencias y chantajes.

La citada ley audiovisual consagra también uno de los principales problemas que hemos comprobado en la preparación de este libro, el ocultamiento de la propiedad de los medios y, por tanto, el secuestro del derecho ciudadano a saber quién o quiénes son los dueños de la información que reciben. La ley audiovisual establece que «Todos tienen el derecho a conocer la identidad del prestador del servicio de comunicación audiovisual, así como las empresas que forman parte de su grupo y su accionariado» (artículo 6.1) pero, a continuación, precisa que esa identificación se limita a que en su sitio web se hagan constar: «El nombre del prestador del servicio; su dirección de establecimiento; correo electrónico y otros medios para establecer una comunicación directa y rápida; y el órgano regulador o supervisor competente». Es evidente que con esa información el ciudadano no puede conocer la identidad de quienes están detrás de una televisión o empresa televisiva.

A este panorama se añade que en España no existe ningún tipo de regulación de los monopolios de prensa escrita, el criterio legislativo es puro mercado. Lo

sucedido con el nacimiento de Unión Radio (véase en el capítulo de Antena 3 la compra de Antena 3 Radio) muestra igualmente que no existe en los legisladores ningún interés en evitar la concentración de la radio.
El balance que hace Ramón Zallo de la tendencia legislativa es descorazonador:

> En resumen, las últimas decisiones del Gobierno en materia audiovisual van en dirección contraria al pluralismo, anuncian el apoyo público a un proceso de concentración de pocos operadores con escasa diversidad de contenidos y pocos servicios interactivos, penalizan la comunicación de proximidad y comunitaria, minimizan el rol del Consejo Audiovisual y abandonan toda la filosofía basada en el usuario y ciudadano para convertir el ámbito comunicativo en un mero mercado[444].

En la misma línea se posiciona Enrique Bustamante:

> La congelación del anteproyecto de ley audiovisual durante tres años ha dado lugar a una auténtica contrarreforma respecto al borrador de 2005. Consagra así una filosofía neoliberal de graves limitaciones del servicio público, junto a una desregulación salvaje en el campo privado. Se trata de una filosofía importada de la Francia de Sarkozy, sin instrucciones de uso. Porque aquí no tenemos ni podemos imaginar ningún «campeón nacional» privado que pueda defender ni la economía ni la cultura española. Es, en definitiva, una demostración más de cómo la crisis, provocada por el neoliberalismo, está siendo ampliamente aprovechada por este mismo para imponer un ataque al modelo europeo de sociedad del bienestar, incluso en la comunicación y en la cultura[445].

Por último, y a riesgo de defraudar, es necesario precisar que no es objeto de este trabajo proponer alternativas, por supuesto necesarias, sino mostrar, como ya señalamos en las primeras páginas, quiénes eran los dueños de los medios, cómo operaban y de qué métodos se servían para acumular poder y beneficios. Sí quisiera al menos, parafraseando la película argentina *La Antena*[446], precisar que estas empresas son las dueñas de la voz, pero no de la palabra. Como dijo Blas de Otero, nos queda la palabra. Ésta sigue siendo de los ciudadanos, ahora

el reto es recuperar la voz para que esa palabra se pueda difundir y compartir. ¿Cómo? Por supuesto no será por medio de un humilde libro; es necesario exigir a los legisladores medidas legales que garanticen que el mercado no se adueñe de la información, debemos organizarnos colectivamente para que cada uno de nosotros no se encuentre solo y desamparado ante el alud informativo de los poderosos, y es imprescindible movilizarse porque ninguna reivindicación se logra sin luchar. Ojalá este libro sirva para levantar a algunos del sofá desde el que miran su televisor, retirar la vista del periódico, e ir al encuentro de otras personas para buscar el modo de cambiar la situación. Hemos intentado exponer suficientes razones para ello.

ANEXO
Quién es el dueño de…

Índice de medios españoles, propietario principal y capítulo que lo desarrolla

El orden es alfabético siendo indistinto si su ámbito es nacional o local.
Si algún medio es conocido con denominaciones diferentes, se habrán incluido todas y aparecerá, por tanto, repetido.
Los portales de internet que se corresponden en su denominación a un medio escrito o audiovisual no se han incluido, se sobreentiende que pertenecen al mismo grupo empresarial.
Los propietarios en los que no se indica capítulo del libro es porque se trata de empresas o grupos que por su pequeño tamaño no han sido estudiados en esta obra, sin embargo nos pareció oportuno incluir esos medios en el índice.
Aunque hemos intentado ser lo más exhaustivos posible, es prácticamente imposible citar todas las televisiones locales; hemos incluido las más relevantes.

Periódicos

20 minutos

Grupo Schibsted, fondo de inversión Apax, banco suizo A&A Actienbank

ABC

Vocento (capítulo III)

As

Prisa (capítulo VII)

Atlántico Diario

Grupo La Región

AV

Grupo El Progreso

Avui

Hermes Comunicació

Burgos Ocasión

Promecal (capítulo XI)

Cinco Días

Prisa (capítulo VII)

Ciudad de Alcoy

Zeta (capítulo V)

Diario de Almería

Grupo Joly

Diario de Ávila

Promecal (capítulo XI)

Diario de Burgos

Promecal (capítulo XI).

Diario de Cádiz

Grupo Joly

Diario de Córdoba

Zeta (capítulo V)

Diari de Girona

Prensa Ibérica (capítulo II)

Diario de Ibiza

Prensa Ibérica (capítulo II)

Diario de Jerez

Grupo Joly

Diario de Mallorca

Prensa Ibérica (capítulo II)

Diario Médico

Unidad Editorial (capítulo IX)

Diario Palentino

Promecal (capítulo XI)

Diario de Pontevedra

Grupo El Progreso

Diario de Sevilla

Grupo Joly

El Adelantado de Segovia

Familia Cano, Promecal (capítulo XI)

El Comercio

Vocento (capítulo III)

El Correo

Vocento (capítulo III)

El Día de Córdoba

Grupo Joly

El Día de Valladolid

Promecal (capítulo XI)

El Diario Montañés

Vocento (capítulo III)

El Diario Vasco

Vocento (capítulo III)

El Mundo

Unidad Editorial (capítulo IX)

El Norte de Castilla

Vocento (capítulo III)

El País

Prisa (capítulo VII)

El Periódico (de Aragón, de Catalunya, de Extremadura)

Zeta (capítulo V)

El Progreso de Lugo

Grupo El Progreso

El Punt

Hermes Comunicació

Estadio Deportivo

Unidad Editorial (capítulo IX), Prensa Ibérica (capítulo II)

Europa Sur

Grupo Joly

Expansión

Unidad Editorial (capítulo IX)

Faro de Vigo

Prensa Ibérica (capítulo II)

Gaceta Universitaria

Unidad Editorial (capítulo IX)

Granada Hoy

Grupo Joly

Hoy

Vocento (capítulo III)

Huelva Información

Grupo Joly

Ideal

Vocento (capítulo III)

Información

Prensa Ibérica (capítulo II)

La Crónica de Badajoz

Zeta (capítulo V)

La Gaceta

Intereconomía (capítulo XI)

La Nueva España

Prensa Ibérica (capítulo II)

La Opinión (de A Coruña, de Málaga, de Murcia, de Tenerife, de Zamora)

Prensa Ibérica (capítulo II)

La Provincia-DLP

Prensa Ibérica (capítulo II)

Las Provincias

Vocento (capítulo III)

La Región

Grupo La Región

La Región Internacional

Grupo La Región

La Rioja

Vocento (capítulo III)

La Tribuna (de Albacete, de Ciudad Real, de Puertollano, de Talavera, de Toledo)

Promecal (capítulo XI)

La Vanguardia

Godó (capítulo VI)

La Verdad (de Albacete, de Alicante, de Murcia)

Vocento (capítulo III)

La Voz de Asturias

Mediapubli (capítulo x)

La Voz de Cádiz

Vocento (capítulo III)

La Voz de Galicia

Grupo Voz

Levante

Prensa Ibérica (capítulo II)

Málaga hoy

Grupo Joly

Mediterráneo

Zeta (capítulo V)

Mundo Deportivo

Godó (capítulo VI)

Público

Mediapubli (capítulo x)

Qué!

Vocento (capítulo III)

Regió7

Prensa Ibérica (capítulo II)

Sport

Zeta (capítulo V)

Superdeporte

Prisa (capítulo VII)

Golf Digest

Unidad Editorial (capítulo IX)

Guías QF?

Planeta (capítulo IV), Godó (capítulo VI)

Historia y Vida

Planeta (capítulo IV), Godó (capítulo VI)

Hoy Corazón

Vocento (capítulo III)

Interiores

Planeta (capítulo IV), Godó (capítulo VI)

Interviú

Zeta (capítulo V)

La Aventura de la Historia

Unidad Editorial (capítulo IX)

La Revista 40

Prisa (capítulo VII)

La Revista dels Súpers

Godó (capítulo VI)

LivingDeco

Planeta (capítulo IV), Godó (capítulo VI)

Magazine

Vocento (capítulo III)

Playboy

Planeta (capítulo IV), Godó (capítulo VI)

Playstation

Zeta (capítulo V)

Primera Línea

Zeta (capítulo V)

Psychologies

Planeta (capítulo IV), Godó (capítulo VI)

QuèFem?

Planeta (capítulo IV), Godó (capítulo VI)

Rolling Stone

Prisa (capítulo VII)

Salud & Vida

Planeta (capítulo IV), Godó (capítulo VI)

Telva

Unidad Editorial (capítulo IX)

Tiempo

Zeta (capítulo V)

Trámite Parlamentario y Municipal

Intereconomía (capítulo XI)

Tvmanía

Planeta (capítulo IV), Godó (capítulo VI)

Viajar

Zeta (capítulo V)

Windows Revista Oficial

Zeta (capítulo V)

Woman

Zeta (capítulo V)

Xbox

Unidad Editorial (capítulo IX)

XLSemanal

Vocento (capítulo III)

Yo Dona

Unidad Editorial (capítulo IX)

Radio

Cadena 100

COPE (capítulo XI)

Cadena Dial

Prisa (capítulo VII), Godó (capítulo VI)

COPE

COPE (capítulo XI)

Europa FM

Planeta, DeAgostini, Bertelsmann (capítulo IV)

esRadio

Libertad Digital (capítulo XI), Unidad Editorial (capítulo IX)

Gestiona Radio

COPE (capítulo XI)

Hit FM

Grupo Radio Blanca

Interpop

Intereconomía (capítulo XI)

Intervalencia-la977

Prensa Ibérica (capítulo II)

Kiss FM

Grupo Radio Blanca

Los 40 Principales

Prisa (capítulo VII), Godó (capítulo VI)

M-80 Radio

Prisa (capítulo VII), Godó (capítulo VI)

MáximaFM

Prisa (capítulo VII), Godó (capítulo VI)

Ona Catalana

Prisa (capítulo VII), Godó (capítulo VI)

Onda Cero

Planeta, DeAgostini, Bertelsmann (capítulo IV)

Onda Rambla

Vocento, Luis del Olmo (capítulo III)

Popular Mariavisión

COPE, Producciones Apóstol Santiago (capítulo XI)

Punto Radio

Vocento, Luis del Olmo (capítulo III)

RAC 1

Godó (capítulo VI)

RAC 105 FM

Godó (capítulo VI)

Radio Canarias

Prensa Ibérica (capítulo II)

Radio Diario Mallorca

Prensa Ibérica (capítulo II)

Radio Diario Ibiza

Prensa Ibérica (capítulo II)

Radio España

Planeta (capítulo IV)

Radio Intereconomía

Intereconomía (capítulo XI)

Radio Marca (deportiva)

Unidad Editorial (capítulo IX)

Radiolé

Prisa (capítulo VII), Godó (capítulo VI)

Radio Voz

Grupo Voz

RKOR

Planeta, Onda Ramblas (capítulo IV)

SER

Prisa (capítulo VII), Godó (capítulo VI)

Unión Liberal de Radio

Libertad Digital (capítulo XI), Unidad Editorial (capítulo IX)

Unión Radio

Prisa (capítulo VII), Godó (capítulo VI)

Rock & Gol

COPE (capítulo XI)

Televisión

40 Latino

Prisa (capítulo VII)

8tv (Cataluña)

Godó (capítulo VI)

Antena 3

Planeta, DeAgostini, Bertelsmann (capítulo IV)

Antena.neox

Planeta, DeAgostini, Bertelsmann (capítulo IV)

Antena.nova

Planeta, DeAgostini, Bertelsmann (capítulo IV)

AXN

Unidad Editorial (capítulo IX), Sony Entertainment Televisión

Barça TV

Mediapro, Globomedia, Torreal, S.A., WPP (capítulo X)

Canal 6 Dos

Promecal (capítulo XI)

Canal 6 Navarra

Promecal (capítulo XI)

Canal 10

Vocento (capítulo III)

Canal 21

Prensa Ibérica (capítulo II)

Canal Canarias

Mediapro, Globomedia, Torreal, S.A., WPP (capítulo X)

Canal Metro (Barcelona)

Godó (capítulo VI)

Cincoshop

Telecinco (capítulo VIII)

CNN+

Prisa (capítulo VII), Time Warner

Cuatro

Telecinco (capítulo VIII), Prisa (capítulo VII)

CyL7

Promecal (capítulo XI), José Luis Ulibarri

CyL8

Promecal (capítulo XI), José Luis Ulibarri

Digital+

Prisa (capítulo VII), Telefónica, Telecinco (capítulo VIII)

EM2

Unidad Editorial (capítulo IX)

FactoríaDeFicción

Telecinco (capítulo VIII)

GolTV

Mediapro, Globomedia, Torreal, S.A., WPP (capítulo X)

Información TV

Prensa Ibérica (capítulo II)

Intereconomía TV

Vocento (capítulo III), Walt Disney Company, Intereconomía (capítulo XI)

LaSiete

Telecinco (capítulo VIII)

La Opinión TV

Prensa Ibérica (capítulo II)

LaOcho

Telecinco (capítulo VIII)

Las Provincias TV

Vocento (capítulo III)

laSexta

Mediapro, Televisa, Globomedia, Torreal, S.A., WPP (capítulo X)

Levante TV

Prensa Ibérica (capítulo II)

Libertad Digital TV

Libertad Digital (capítulo XI)

MálagaTV

Prensa Ibérica (capítulo II)

Net TV

Vocento (capítulo III), Walt Disney Company, Intereconomía (capítulo XI)

NTV

Mediapro, Globomedia, Torreal, S.A., WPP (capítulo X)

Onda6

Vocento (capítulo III)

Punto TV

Vocento (capítulo III)

Radio Televisión de Castilla y León

Promecal (capítulo XI), José Luis Ulibarri

Real Madrid TV

Mediapro, Globomedia, Torreal, S.A., WPP (capítulo X)

Telecíes

Grupo La Región

Telecinco

Telecinco (capítulo VIII)

Telemiño

Grupo La Región

Televisió de Manresa

Prensa Ibérica (capítulo II)

Tienda en Veo

Unidad Editorial (capítulo IX)

Urbe TV

Vocento (capítulo III)

VER-T

Planeta, DeAgostini, Bertelsmann (capítulo IV)

Veo7

Unidad Editorial (capítulo IX)

Vtelevisión

Grupo Voz

Agencias de información

Agencia de Televisión Latino-Americana de Servicios
Telecinco (capítulo VIII)

Agencia Fax Press
Intereconomía (Capítulo XI)

Atlas Media
Telecinco (capítulo VIII)

Axencia Galega de Noticias
Grupo El Progreso, Grupo La Región

Colpisa
Vocento (capítulo III)

Europa Press
Familia Martín Cabiedes

ICAL
Promecal (capítulo XI)

Noticias País Vasco, S.A.U.
Telecinco (capítulo VIII)

Portales de internet

Lanacion.es
Intereconomía (capítulo XI)

Libertaddigital.com
Libertad Digital (capítulo XI)

BIBLIOGRAFÍA

BECERRA, M. y MASTRINI, G., *Periodistas y magnates*, Buenos Aires, Prometeo, 2006.

—, *Los dueños de la palabra*, Buenos Aires, Prometeo, 2009.

BUSTAMANTE, E., *Los amos de la información en España*, Madrid, Akal, 1982.

— (coord.), *Comunicación y cultura en la era digital*, Barcelona, Gedisa, 2002.

BUSTAMANTE, E. y ZALLO, R. (coords.), *Las industrias culturales en España. Grupos multimedia y transnacionales*, Madrid, Akal, 1988.

CACHO, J., *El negocio de la libertad*, Madrid, Foca, 1999.

DÍAZ HERRERA, J., *Pedro J. Ramírez al desnudo*, Madrid, Akal, 2009.

DÍAZ HERRERA, J. y DURÁN, I., *Los secretos del poder*, Madrid, Ediciones Temas de Hoy, 1994.

DÍAZ HERRERA, J. y TIJERAS, R., *El dinero del poder. La trama económica en la España socialista*, Madrid, Editorial Cambio, 1991.

DÍAZ MORLÁN, P., *Los Ybarra. Una dinastía de empresarios (1801-2001)*, Madrid, Marcial Pons, 2002.

ESTEBAN, E., *El tercer hombre. P. J. la pesadilla de F. G.*, Madrid, Espasa Hoy, 1995.

FRATTIN, E. y CALIAS, Y., *Tiburones de la comunicación. Grandes líderes de los grupos multimedia*, Madrid, Pirámide, 1996.

JIMÉNEZ LOSANTOS, F., *De la noche a la mañana. El milagro de la COPE*, Madrid, La esfera de los libros, 2006.

MARTÍNEZ RICO, E., *Pedro J. Tinta en las venas*, Barcelona, Plaza & Janés, 2008.

MIRÓ, S., *Zeta, el imperio del zorro. Escándalos internos de un grupo escandaloso*, Madrid, Ediciones Vosa, 1997.

NEGRÓ ACEDO, L., *El diario El País y la cultura de las elites durante la transición*, Madrid, Foca, 2006.

REIG, R., *Dioses y diablos mediáticos*, Barcelona, Ediciones Urano, 2004.

RIVIÈRE, M., *El malentendido. Cómo nos educan los medios de comunicación*, Barcelona, Icaria, 2003.

ROMANO, V., *Los intermediarios de la cultura*, Madrid, Editorial Pablo del Río, 1977.

SÁNCHEZ DÍAZ, A., *Prensa rosa, voto azul*, Ardi Beltza, mayo de 2000.

SERRANO, P., *Desinformación. Cómo los medios ocultan el mundo*, Barcelona, Península, 2009.

—, *El periodismo es noticia*, Barcelona, Icaria, 2010.

TRAVAGLIO, M. y GÓMEZ, P., *Berlusconi*, Turín, editado por la oficina del eurodiputado Gianni Vattimo, 2003 [también en http://www.giannivattimo.it/menu/libro_berl.html].

TRAVAGLIO, M.; GÓMEZ, P. y LILLO, M., *Papi: El escándalo Berlusconi*, Barcelona, Duomo, 2010.

VALLS, J.-F., *La jungla comunicativa. Empresas y medios de comunicación en España*, Barcelona, Ariel, 1986.

VÁZQUEZ MONTALBÁN, M., *Informe sobre la Información*, Barcelona, Fontanella, 1971.

VELTRI, E. y TRAVAGLIO, M., *L'odore dei soldi*, Roma, Editori Riuniti, octubre de 2009.

VVAA, *Medios de comunicación en crisis*. *El punto de vista de Le Monde Diplomatique*, 3 (2005).

ZARZALEJOS, J. A., *La destitución*, Barcelona, Península, 2010



PASCUAL SERRANO. Nacido en Valencia (España) el año 1964, se licenció en Periodismo en 1993 en la Universidad Complutense de Madrid. Se inició en el periodismo trabajando en el diario español ABC. Fue fundador y redactor jefe de la revista Voces, editada por la organización política Izquierda Unida.

Sus trabajos se han desarrollado tras sus viajes por México, Guatemala, El Salvador, Honduras, Nicaragua, Colombia, Venezuela, Cuba, Argentina, Bolivia, Iraq, Jordania y Líbano.

En 1996 fundó junto con un grupo de periodistas la publicación electrónica Rebelión, que hoy funciona como diario alternativo en Internet.

Durante 2006 y 2007 fue asesor editorial de Telesur, un canal de televisión promovido por Venezuela con la participación de Cuba, Argentina, Uruguay y Bolivia, que pretende ser un modelo de comunicación contrapuesto a los medios dominantes del primer mundo.

Es miembro fundador de la Red de Intelectuales y Artistas en Defensa de la Humanidad, creada en México en 2004. Colabora habitualmente en una decena de publicaciones españolas y latinoamericanas sobre temas de comunicación y política internacional, entre ellas, el diario Público, el mensual Le Monde

Diplomatique, el quicenal Diagonal o la revista cultural cubana La Jiribilla.

Notas

[1] J. Ortiz, «Enseñar periodismo», *Javierortiz.net*, 13 de julio de 2001.<<

[2] J. Ortiz, «Historia de una columna», *Javierortiz.net*, 11 de julio de 2001 [http://www.javierortiz.net/jor/jamaica/historia-de-una-columna].<<

[3] Véase noticia en http://www.adn.es/economia/20090929/NWS-3042-Goirigolzarri-jubilacion-millones-cobrara-anuales.html.<<

[4] Se puede acceder al vídeo en http://www.rai.tv/dl/RaiTV/programmi/media/ContentItem-a53c6e04-8f57-4668-9556-9dd5f583fe9e.html.<<

[5] E. Bustamante, *Los amos de la información en España*, Madrid, Akal, 1982.
<<

[6] V. Romano, *Los intermediarios de la cultura*, Madrid, Editorial Pablo del Río, 1977.<<

[7] Su traducción literal sería «aventura conjunta». Hace referencia a un tipo de acuerdo comercial de inversión conjunta a largo plazo entre dos o más personas jurídicas o físicas.<<

[8] E. Bustamante, entrevista con el autor, junio de 2010.<<

[9] J. Rubio, entrevista con el autor, mayo de 2010.<<

[10] M. Becerra y G. Mastrini, *Los dueños de la palabra*, Buenos Aires, Prometeo Libros, 2009.<<

[11] R. B. Nixon, *Concentration of Press Ownership*, citado por E. Bustamante, *Los amos de la información en España*, cit.<<

[12] H. Rojo Letón, entrevista a E. Bustamante, *Diagonal*, 22 de abril de 2010 [http://www.diagonalperiodico.net/La-TDT-se-ha-abordado-solo-con.html].<<

[13] E. Bustamante, *Los amos de la información en España*, cit.<<

[14] V. Navarro, entrevista con el autor, mayo de 2010.<<

[15] Las SICAV (Sociedad de Inversión de Capital Variable) son sociedades anónimas que tienen por objeto exclusivo la adquisición, tenencia, disfrute, administración en general de valores mobiliarios y otros activos financieros. En España una SICAV permite pagar menos impuestos a las grandes fortunas ya que sus beneficios se encuentran gravados tan sólo a un tipo del 1 por 100 en el Impuesto de Sociedades. Además no están sujetas al régimen de transparencia fiscal. A lo largo de esta obra observaremos el frecuente uso que hacen de esta figura los accionistas y directivos de los grupos de comunicación.<<

[16] Esta expresión también se ha atribuido a Al Capone en el Chicago de los años veinte y al juez italiano Giovanni Falcone, asesinado por la mafia en 1992.
<<

[17] R. Zallo, «La política de Comunicación Audiovisual del gobierno socialista (2004-2009): un giro neoliberal», *Revista Latina de Comunicación Social 65* (2010), pp. 14-29 [http://www.revistalatinacs.org/10/art/880_UPV/02_Zallo.html DOI: 10.4185/RLCS-65-2010-880-014-029].<<

[18] P. Serrano, «Medios públicos y privados, rompiendo tópicos», *El periodismo es noticia*, Barcelona, Icaria, 2010.<<

[19] Dardo Gómez, entrevista con el autor, junio de 2010.<<

[20] M. Vázquez Montalbán, *Informe sobre la información*, Barcelona, Fontanella, 1971.<<

[21] M. Rivière, *El malentendido*. I, Barcelona, Icaria, 2003.<<

[22] *La Gaceta*, 26 de diciembre de 2009.<<

[23] Acuerdo de la Comisión Mixta de los Derechos de la Mujer y de la Igualdad de Oportunidades por el que se aprueba el Informe de la Ponencia sobre la situación actual de la prostitución en nuestro país. BOE, 24 de abril de 2007.<<

[24] E. Bustamante, *Los amos de la información en España*, cit.<<

[25] TVE1, 10 de enero de 2009. Disponible en http://www.rtve.es/mediateca/videos/20100110/duelo-entre-corte-ingles-galerias-preciados/664389.shtml<<

[26] I. Escolar, entrevista con el autor, mayo de 2010.<<

[27] E. Veltri y M. Travaglio, *L'odore dei soldi*, Roma, Editori Riuniti, 2009. En España M. Travaglio ha publicado recientemente, junto con P. Gómez y M. Lillo, *Papi: el escándalo Berlusconi*, Barcelona, Duomo 2010. Existe también en español una edición más antigua del primer libro: *El olor del dinero: origen y misterio de la fortuna de Silvio Berlusconi*, Península, 2002.<<

[28] M. Travaglio, entrevista con el autor, junio de 2010<<

[29] Informe de la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Sidney correspondiente a enero-marzo de 2009. Se puede acceder a él en http://www.oficinascomerciales.es/icex/cda/controller/pageOfecomes/0,5310,528 <<

[30] J. Díaz Herrera y R. Tijeras, *El dinero del poder. La trama económica en la España socialista*, Madrid, Cambio, 1991.<<

[31] J. C. Rosales, «Un periódico cierra», *Granada Hoy*, 8 de noviembre de 2009 [http://www.granadahoy.com/article/opinion/558167/periodico/cierra.html].<<

[32] «Comunicado del Comité de Empresa de *La Opinión de Granada*», 10 de noviembre de 2009 [http://laopiniondelagranada.wordpress.com/2009/11/10/comunicado-del-comite-de-empresa-de-la-opinion-de-granada/].<<

[33] «"La Opinión de Granada" cierra sus puertas y despide a sus 45 trabajadores», *20minutos*, 6 de noviembre de 2009 [http://www.20minutos.es/noticia/559529/0/cierre/opinion/granada/].<<

[34] «*La Opinión*, tercer periódico que más crece porcentualmente del país», *La Opinión de Granada*, 20 de mayo de 2009 [http://www.laopiniondegranada.es/cultura/2009/05/20/cultura-opinion-tercer-periodico-crece-porcentualmente-pais/126767.html].<<

[35] «¿Qué entiende EPI por edición digital?», *La Opinión sigue viva*, 18 de noviembre de 2009 [http://laopiniondelagranada.wordpress.com/2009/11/08/¿que-entiende-epi-por-edicion-digital/].<<

[36] «Apuntes para una autopsia (I)», *La Opinión sigue viva*, 23 de noviembre de 2009 [http://laopiniondelagranada.wordpress.com/2009/11/23/apuntes-para-una-autopsia-i/].<<

[37] J. C. Rosales, «Un periódico cierra», cit.<<

[38] A. Quian, «Moll Mal», *McShuibne*, 8 de noviembre de 2009 [http://www.mcshuibhne.com/2009/11/08/moll-mal/].<<

[39] M. Movilla, entrevista con el autor, abril de 2010.<<

[40] «Un *penthouse* en Chapela», *Vigo casi secreto*, blog de Blas Cañada, 14 de septiembre de 2008 [http://www.vigocasisecreto.com/archivo.php?pag=&id=640&tipo=4].<<

[41] A. Quian, «Moll Mal», cit.<<

[42] «Un penthouse en Chapela», cit.<<

[43] «Si EPI compitiera en una trainera…», *La Opinión sigue viva*, 17 de noviembre de 2009 [http://laopiniondelagranada.wordpress.com/2009/11/17/si-epi-compitiera-en-una-trainera/]<<

[44] Onda Rambla tiene sus orígenes en 1987, cuando Del Olmo creó su propia emisora, emitiendo desde Radio Popular de Barcelona para la Cadena COPE. El 2 de julio de 1991, Onda Rambla firmó un acuerdo con Onda Cero, al tiempo que se expandía por toda Cataluña. El acuerdo con Onda Cero terminó en 2004, momento en que Del Olmo se alió con Vocento para poner en marcha una nueva emisora generalista: Punto Radio.<<

[45] J. A. Zarzalejos, *La destitución*, Barcelona, Península, 2010.<<

[46] *Ibid.*<<

[47] J. Ybarra e Ybarra, *Nosotros, los Ybarra: vida, economía y sociedad*, 1744-1902. Citado por J. A. Zarzalejos, *La destitución*, cit.<<

[48] P. Moreno Espinosa, «Los géneros periodísticos informativos en la actualidad internacional», *Ámbitos 5* (2.º semestre 2000), pp. 169-190. Véase http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=961081.<<

[49] J. M. Desvois, *La crisis del Estado español*, Madrid, Cuadernos para el Diálogo, 1978, p. 317. Citado por P. Moreno Espinosa, «Los géneros periodísticos informativos en la actualidad internacional», cit.<<

[50] G. Luca de Tena, «Razones para una fidelidad», *ABC*, 2 de junio de 1980.<<

[51] P. Moreno Espinosa, «Los géneros periodísticos informativos en la actualidad internacional», cit.<<

[52] G. Luca de Tena, «Razones para una fidelidad», cit.<<

[53] J. A. Zarzalejos, *La destitución*, cit.<<

[54] P. Moreno Espinosa, «Los géneros periodísticos informativos en la actualidad internacional», cit.<<

[55] J. A. Zarzalejos, *La destitución*, cit.<<

[56] E. Bustamante, *Los amos de la información en España*, cit.<<

[57] J. A. Zarzalejos, *La destitución*, cit.<<

[58] En septiembre de 2006 ya se anunció la intención de Vocento de deshacerse de su 13 por 100 de acciones en Telecinco. En junio de 2008 Vocento vende un 1,9 por 100 del capital de Telecinco de televisión y repartió otro 6 por 100 en forma de dividendo en especie a sus accionistas. En julio de 2009 vendió las acciones que le quedaban, un 5,1 por 100, reportándole unas plusvalías brutas de 70,1 millones de euros.<<

[59]http://www.gees.org/articulos/quien_manda_en_los_medios_vocento_familias
<<

[60] A. Ortiz, «Quién manda en los medios. Vocento: familias, compras, ventas y fichajes (2.ª parte)», cit.<<

[61] *El Mundo*, 5 de agosto de 2007. Véase http://www.elmundo.es/elmundo/2007/08/05/comunicacion/1186279237.html.
<<

[62] J. A. Zarzalejos, *La destitución*, cit.<<

[63] F. Jiménez Losantos, *De la noche a la mañana. El milagro de la COPE*, Madrid, La esfera de los libros, 2006.<<

[64] En esta campaña contaría con el apoyo de *El Mundo*, quien acariciaba la posibilidad de desplazar al diario *ABC* como diario de referencia de la derecha. No lo ocultaron, en los micrófonos de la COPE, acompañado por Jiménez Losantos, el director de *El Mundo*, Pedro J. Ramírez, llegó a sumarse al boicot al diario de Vocento afirmando: «No voy a dar el número al que hay que llamar para anular la suscripción al *ABC*, pero voy a dar el que pueden usar para suscribirse a *El Mundo*».<<

[65] Fue en el programa de Ana Rosa Quintana, donde Federico Jiménez Losantos promocionó su último libro.<<

[66] J. A. Zarzalejos, *La destitución*, cit.<<

[67] *ABC*, 1 de febrero de 2008.<<

[68] El vídeo está disponible en http://www.youtube.com/watch?v=25LlX3OZBco.<<

[69] http://www.gees.org/articulos/quien_manda_en_los_medios_vocento_familias-compras-ventas_y_fichajes_1 parte_5679.<<

[70] P. Díaz Morlán, *Los Ybarra. Una dinastía de empresarios* (1801-2001), Madrid, Marcial Pons, 2002.<<

[71] «Los Ybarra y otras familias se cansan de Vocento», *Prnoticias*, 9 de septiembre de 2009 [http://www.prnoticias.com/index.php/home/129/10038369]. <<

[72] «Vocento ganó nueve millones en 2009, un 73,6% menos», *El País*, 26 de febrero de 2010 [http://www.elpais.com/articulo/economia/Vocento/gano/millones/2009/736/elpe
<<

[73] «Vocento evita pérdidas gracias a la venta del 5,1% de T5», *Prnoticias*, 13 de noviembre de 2009 [http://www.prnoticias.com/index.php/home/129/10042114]. <<

[74] *El País*, «Vocento ganó nueve millones en 2009, un 73,6% menos», cit.<<

[75] J. Varela, «Disney y los recortes sostienen a Vocento», *Periodistas 21*, 13 de abril de 2010 [http://periodistas21.blogspot.com/2010/05/disney-y-los-recortes-sostienen-vocento.html].<<

[76] Sindicato de Profesionales de la Información de la Rioja (SPIR-FeSP), «Vocento continúa echando a periodistas en La Rioja», 4 de febrero de 2010 [http://www.spirfesp.org/2010/02/vocento-continua-echando-a-periodistas-en-la-rioja/].<<

[77] Sindicato de Periodistas de Andalucía, «Vocento continúa despidiendo», 14 de diciembre de 2009 [http://www.spandalucia.com/index.php?option=com_content&task=view&id=490&Itemid=5].<<

[78] «Vocento pide a ZP flexibilizar el mercado laboral», *Prnoticias*, 23 de marzo de 2010 [http://www.prnoticias.com/index.php/home/129-vocento-/10054115-vargas-pide-flexibilizar-el-mercado-laboral-de-las-empresas-periodisticas].<<

[79] A. González, «Belarmino García paga los platos rotos de la crisis de Vocento», *Cotizalia*, 29 de enero de 2008 [http://www.cotizalia.com/cache/2008/01/29/76_belarmino_garcia_platos_rotos_ La destitución fue presentada como una dimisión voluntaria debida a razones personales. «El consejo de administración acordó hoy por unanimidad aceptar la dimisión de su actual consejero delegado…», decía el comunicado oficial del grupo. En realidad, lo que se encontraba detrás del cese era un pulso entre este directivo y el director de *ABC*, José Antonio Zarzalejos.<<

[80] E. Segovia, «El triunfador de la OPV de Vocento: Ybarra se asegura una pensión vitalicia de 300.000 euros al año», *El Confidencial*, 25 de octubre de 2006 [http://www.elconfidencial.com/economia/noticia.asp?id=6684].<<

[81] *Gara*, 27 de abril de 2008 [http://www.gara.net/paperezkoa/20080427/74905/es/Vocento-vende-rotativas-para-hacer-caja-ante-crisis/].<<

[82] Según el informe presentado a la Junta General de Accionistas en abril de 2010. Véase http://www.prnoticias.com/index.php/home/129-vocento-/10054906-vocento-aprueba-un-plan-de-incentivo-para-sus-directivos.<<

[83] «Por qué no voy a comprar acciones de Vocento», *CyberEuskadi*, 3 de noviembre de 2006 [http://cybereuskadi.com/por-que-no-voy-a-comprar-acciones-de-vocento].<<

[84] «Vocento cumplirá su amenaza», *Cuarto Poder*, 15 de septiembre de 2010 [http://www.cuartopoder.es/elremediodelosmedia/vocento-cumplira-su-amenaza/377]<<

[85] Véase http://www.prismapublicaciones.com/quienessomos.php.<<

[86] «Los gladiadores», Semana, 17 de mayo de 2008 [http://www.semana.com/noticias-nacion/gladiadores/111888].<<

[87] La revista colombiana Semana reveló los detalles de cómo el Grupo Planeta le ganó a Prisa la puja por el control de la Casa Editorial El Tiempo. Véase «Cómo fue el negocio», Semana, 28 de julio de 2007. Véase http://www.semana.com/wf_InfoArticulo.aspx?IdArt=105259.<<

[88] El Mundo, 23 de junio de 2010 [http://www.elmundo.es/elmundo/2010/06/23/comunicacion/1277308835.html].<<

[89] D. Machado, «Prisa y Planeta blanquean la imagen de Uribe», Diagonal, 21 de febrero de 2008. Véase http://deciomachado.blogspot.com/ 2008/09/prisa-y-planeta-blanquean-la-imagen-de.html.<<

[90] *Ibid.*<<

[91] El grupo se denomina Editorial Planeta, S.A., propiedad de Planeta Corporación, S.L.<<

[92] Véase Misión y objetivos de la Fundación José Manuel Lara en http://www.fundacionjmlara.es/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=44&Itemid=66<<

[93] Véase http://www.planeta.es/memoriaplaneta/es/fundacion-8172-10989.htm<<

[94] J. Ortiz, Javierortiz.net, 16 de octubre de 2007 [http://www.javierortiz.net/jor/apuntes/la-rigida-firmeza-en-el-error]<<

[95] E. González, «Delibes afirma que ha sido invitado a participar y ganar el Premio Planeta», El País, 18 de octubre de 1994 [http://www.elpais.com/articulo/cultura/ DELIBES/_MIGUEL_/ESCRITOR/PREMIO_PLANETA/Delibes/afirma/ha/sido elpepicul/19941018elpepicul_17/Tes/]. Sábato dijo que la Editorial Planeta le ofreció su premio. Afp/La República (Uruguay), 31 de mayo de 2001 [http://www.larepublica.com.uy/larepublica/2001/05/31/cultura/44970 / sabato-dijo-que-la-editorial-planeta-le-ofrecio-su-premio/].<<

[96] J. A. Zarzalejos, La destitución, cit.<<

[97] «ADN, un nuevo gratuito para el siglo XXI», Infoperiodistas, 3 de marzo de 2006 [http://www.infoperiodistas.info/busqueda/noticia/resnot.jsp?idNoticia=1706].<<

[98] «Carta de despedida», Blog de Cristina Fallarás, 18 de noviembre de 2008 [http://cristinafallaras.blogspot.com/2008/11/carta-de-despedida.html].<<

[99] «El editor de *Playboy* distribuirá *L'Osservatore*», *La Gaceta*, 26 de diciembre de 2009 [http://www.intereconomia.com/noticias-gaceta/sociedad/editor-playboy-distribuira-losservatore].<<

[100] «*ADN*, un nuevo gratuito para el siglo XXI», cit.<<

[101] *La Gaceta*, 27 de diciembre de 2009. Véase portada en http://kiosko.net/es/2009-12-27/np/la_gaceta.html.<<

[102] V. Rodríguez Gago, «*L’Osservatore Romano*, *La Razón* y las habas contadas», blog *Hazte Oír*, 23 de diciembre de 2001 [http://blogs.hazteoir.org/vgago/?p=336].<<

[103] Entre los testimonios sobre Irma Grese destaca el de la escritora y médica rumana Olga Lengyel que escribió su experiencia en los campos de concentración en el libro *Five Chimneys (Los hornos de Hitler)*.<<

[104] Véase http://www.grupoantena3.com/GrupoAntena3/accionistas/es.<<

[105] Véase http://www.deagostinigroup.com/.<<

[106] En concreto en esta comunicación al Grupo Antena 3 [http://www.grupoantena3.com/nuevaa3tv/doc/De_Agostini_Comunications2112 <<

[107] En 2010 Suiza y Luxemburgo dejaron de ser considerados paraísos fiscales según la lista elaborada por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) debido a que, ante la amenaza de sanciones por parte del G-20, firmaron, al menos, una docena de convenios de colaboración con otros tantos países (*Público*, 2 de abril de 2010). El profesor de economía Juan Francisco Martín Seco, en su libro *La trastienda de la crisis. Lo que el poder económico quiere ocultar* (Península, 2010) ha denunciado que la salida del listado de la OCDE sólo es un lavado de imagen porque los convenios de colaboración necesarios los han podido firmar entre los propios paraísos fiscales.
<<

[108] *Boletín Oficial del Registro Mercantil* 105, 5 de junio de 2009 [http://www.boe.es/diario_borme/txt.php?id=BORME-C-2009-19326].<<

[109] Sobre la historia de Bertelsmann se recomienda leer «Bertelsmann: de las biblias al imperio mediático», *Deutsche Welle*, 30 de septiembre de 2005 [http://www.dw-world.de/dw/article/0,,1725524,00.html].<<

[110] P. Arteaga Tacoronte, «El consorcio mediático alemán, Bertelsmann AG, llora la pérdida de Reinhard Mohn», *Centro Alemán de Información*, 8 de octubre de 2009 [http://www.alemaniaparati.diplo.de/Véasetretung/mexikogic/es/08/ProductosAle
<<

[111] El informe se presentó en Mónaco en octubre de 2002. Puede encontrarse íntegro aquí http://www.bertelsmann.com/bertelsmann_corp/wms41/bm/index.php?ci=17&language=2.<<

[112] P. Arteaga Tacoronte, cit.<<

[113] *Público*, 15 de abril de 2010.<<

[114] Véase esta comunicación a la CNMV de fecha 5 de julio de 2007.<<

[115] S. Miró, *Zeta, el imperio del zorro. Escándalos internos de un grupo escandaloso*, Madrid, Vosa, 1997.<<

[116] «Javier Godó, presidente de la nueva promotora de televisión Televisa», *El País*, 31 de octubre de 1985 [http://www.elpais.com/articulo/radio/television/GODo/_JAVIER_DE/TELEVISA_/GRUPO_DE_COMUNICACIoN/Javier/Godo/presidente/nueva/promotora/television/Tevisa/elpepirtv/19851031elp
<<

[117] *ABC*, 7 de febrero de 1989.<<

[118] S. Miró, *op. cit.*<<

[119] J. Díaz Herrera e I. Durán, *Los secretos del poder*, Madrid, Temas de Hoy, 1994.<<

[120] Es lo que se llamó «El pacto de los editores». El acuerdo implicaba a Polanco, al banquero Mario Conde, Asensio y Godó. Además del mercado de la radio, entre todos ellos controlaban *La Vanguardia* (Godó), *El Periódico de Catalunya* (Asensio), *El País* (Polanco), *El Mundo* y *ABC* (estos últimos bajo influencia de Conde). En televisión Canal+ (Polanco) y Antena 3 TV (Asensio).
<<

[121] S. Miró, *op. cit.*<<

[122] «Jordi Pujol, el poder detrás de Asensio. La guerra del fútbol llega a la política», *El País*, 21 de octubre de 1996 [http://www.elpais.com/articulo/espana/Jordi/Pujol/poder/detras/Asensio/elpepina
<<

[123] El abogado, máster en Derecho deportivo, Javier Tros de Ylarduya, lo explicaba muy bien en la web de Derecho Deportivo Iusport: http://www.iusport.es/debate/ley2197/Tros.htm.<<

[124] Véase biografía de Antonio Asensio en la web del Grupo Zeta: http://www.grupozeta.es/asensio/anteriores/2007/.. \.. \perfil/bio5.asp.<<

[125] «Jordi Pujol, el poder detrás de Asensio», *El País*, 21 de octubre de 1996 [http://www.elpais.com/articulo/espana/PUJOL_I_SOL
EY/_JORDI/ASENSIO/_ANTONIO/ESPANA/CATALUNA/ESPANA/
ANTENA_3_/TELEVISION/CONVERGENCIA_I_UNIO_/CIU/CANAL_PLUS
19961021elpepinac_18/Tes].<<

[126] *El Mundo*, 26 de diciembre de 1996 [http://www.elmundo.es/papel/hemeroteca/1996/12/26/nacional/196013.html].

<<

[127] Con lo que el capital de la cadena quedaba repartido de la siguiente manera: 25 por 100 Telefónica, 25 por 100 BCH, 25 por 100 Santander y 25 por 100 otros accionistas. Como consecuencia de la nueva situación accionarial, Antonio Asensio presentó su dimisión como presidente, cargo para el que fue nombrado de forma provisional Rafael Jiménez de Parga.<<

[128] En el año 2000 crea Telefónica Media (un año después Admira Media), que pasaba a integrar todos sus medios de comunicación, entre ellos Vía Digital.<<

[129] En realidad la empresa que originalmente compra las acciones de Antena 3 es Kort Geding, S.L. (con sede en Luxemburgo), que se fusionaría con Planeta-DeAgostini y adoptaría este segundo nombre. Véase comunicación a la CNMV, de 25 de mayo de 2005 [http://www.grupoantena3.com/nuevaa3tv/doc/ESCRITO_CNMV_ACUERDO_I
<<

[130] «"Dell’Utri sapeva" publitalia parte il processo», *La Repubblica*, 6 de junio de 1996 [http://ricerca.repubblica.it/repubblica/archivio/repubblica/1996/06/06/dell-utri-sapeva-publitalia-parte-il.html].<<

[131] Véase http://www.grupoantena3.com/GrupoAntena3/mostrar/maurizzio-carlotti/2673669_12/es.<<

[132] «Carlotti considera hacer un canal de TV con 200 empleados», Hispanidad, 10 de junio de 2005 [http://www.hispanidad.com/noticia.aspx?ID=7261]..<<

[133] I. Amador, «Carlotti, el liquidador de empresas, y el Gobierno español van de la mano. Antena 3: Prevaricación y terrorismo empresarial», *Rebelión.org*, 15 de noviembre de 2003 [http://www.rebelion.org/hemeroteca/medios/031115iamador.htm].<<

[134] *Ibid.*<<

[135] J. Rubio, entrevista con el autor, mayo de 2010.<<

[136] *Ibid.*<<

[137] «Carlotti, la cura dimagrante del torero», *Corriere della Sera*, 9 de mayo de 2005
[http://archiviostorico.corriere.it/2005/maggio/09/Carlotti_cura_dimagrante_del_
<<

[138] J. Rubio, entrevista con el autor, mayo de 2010.<<

[139] J. M. Garrido, *Elplural.com*, 27 de julio de 2007 [http://www.elplural.com/politica/detail.php?id=13105].<<

[140] «Carlotti, la cura dimagrante del torero», cit.<<

[141] «CCOO denuncia despidos en CBM, que gestiona las delegaciones de Antena 3», *EFE*, 24 de febrero de 2009 [http://www.telecinco.es/telemania/detail/detail10863.shtml].<<

[142] «Antena 3 no tiene presvisto fusionarse a "corto plazo" con la Sexta», *El Mundo*, 18 de febrero de 2010 [http://www.elmundo.es/elmundo/2010/02/18/comunicacion/1266524699.html].
<<

[143] Dejaron de serlo en octubre de 2009 cuando vendieron su participación del 14,31 por 100 (*Expansión*, 27 de octubre de 2009).<<

[144] Véase http://www.grupozeta.es/grupo_zeta.pdf.<<

[145] S. Miró, *op. cit.*<<

[146] *Ibid.*<<

[147] Véase, «*Interviú* sí que se vendía. Los "fontaneros" de Suárez se carteaban con Antonio Asensio», *El Triangle*, 4 de diciembre de 1995. Citado por S. Miró, *op. cit.*<<

[148] Citado en la biografía Antonio Asensio de la web oficial del Grupo Zeta, http://www.grupozeta.es/asensio/anteriores/2007/.. \..\perfil/bio4.asp.<<

[149] El 28 de diciembre de 1993 el Gobierno interviene Banesto. Una de las razones es el elevado riesgo que el banco tiene con Antena 3 TV como accionista.<<

[150] *Economía Digital*, 28 de enero de 2010 [http://www.economiadigital.cat/cast/notices/frenazo_en_la_venta_de_el_peri_di
<<

[151] *Europa Press*, 25 de mayo de 2008.<<

[152] «Competencia investiga a Prisa, Vocento, Godó y Zeta por pactos pulblicitarios», *EFE*, 31 de mayo de 2010. Véase http://www.publico.es/316824. <<

[153] Según cuenta el periodista Santiago Miró en su libro *Zeta, el imperio del zorro*, Javier de la Rosa, como presidente de la banca Garrigues Nogués, le regaló a Asensio por una peseta simbólica toda la maquinaria de *El Periódico de Catalunya* y la editorial Bruguera.<<

[154] Relato de Pablo Sebastián a los periodistas José Díaz Herrera e Isabel Durán, recogido en su libro *Los secretos del poder*, Madrid, Temas de Hoy, 1994.<<

[155] S. Miró, *op. cit.*<<

[156] *Ibid.*<<

[157] *Ibid.*<<

[158] *Ibid.*<<

[159] *Ibid.*<<

[160] *Ibid.*<<

[161] O. Grau, «Duro capitán al timón de Zeta», *Expansión*, 20 de noviembre de 2008 [http://www.expansion.com/2008/11/19/catalunya/1227131491.html].<<

[162] *Ibid.*<<

[163] *Ibid.*<<

[164] M. J. Cañizares, «Los ex directivos de Macosa, Eduardo Santos y Federico Albiñana, en libertad bajo fianza», *ABC*, 10 de diciembre de 1992 [http://hemeroteca.abc.es/nav/Navigate.exe/hemeroteca/madrid/abc/1992/12/10/0

<<

[165] La compañía de Antonio Asensio Mosbah tiene que afrontar un préstamo de 100 millones que lidera la entidad catalana. La Caixa coloca a Juan Llopart como nuevo responsable de la gestión del Grupo Zeta. *La Gaceta de los Negocios*, 15 de septiembre de 2008.<<

[166] A. Tortosa, «La crisi passa de llarg pels responsbles dels ERO de Nissan i del Grupo Zeta», *Directa*, publicación de CGT Catalunya, 26 de noviembre de 2008 [http://spccc.pangea.org/spip.php?article2457&debut_article-rubrique-numerotes=1500].<<

[167] *Expansión*, 18 de mayo de 2010 [http://www.expansion.com/2010/05/17/catalunya/1274126526.html.<<

[168] Aunque en la página oficial del Grupo Godó –consultada en junio de 2010– figura la propiedad del diario *Avui* y *Qué!*, hay que aclarar que, este último, hasta 2007 era propiedad de Recoletos (70 por 100) y Godó (30 por 100), pero en abril de 2007 todas las acciones de la empresa que lo editaba (Factoría de Información, S.A.) fueron compradas por Vocento.<<

[169] Véase http://www.prismapublicaciones.com/quienessomos.php.<<

[170] Véase http://www.prisa.com/areas-actividad/union-radio/.<<

[171] Véase http://www.grupogodo.net/actividades/index.html.<<

[172] Parte de la edición de *La Vanguardia* se imprime en las rotativas de Gosselies, localidad belga fronteriza con Francia, lo que le permite colocar 4.000 ejemplares en las ciudades europeas.<<

[173] *La Vanguardia*, 27 de enero de 1939 [http://hemeroteca.lavanguardia.es/preview/1939/01/27/pagina-1/33120531/pdf.html].<<

[174] *La Vanguardia*, 18 de julio de 1940 [http://hemeroteca.lavanguardia.es/edition.html?bd=18&bm=07&by=1940&x=27&y=11].<<

[175] *La Vanguardia*, 21 de enero de 1975 [http://hemeroteca.lavanguardia.es/preview/1975/11/21/pagina-8/34200737/pdf.html].<<

[176] VII Congreso de la Asociación de Historiadores de la Comunicación: «25 años de libertad de expresión», Universitat Pompeu Fabra, Barcelona, 18 y 19 de noviembre de 2004.<<

[177] Véase http://www.grupogodo.net/institucional/historia/index.html.<<

[178] Vicenç Navarro, entrevista con el autor, abril de 2010.<<

[179] «El Coronel Fernando Rodríguez dirigió durante meses la red de escuchas desde la sede del Cesid», *El País*, 17 de febrero de 1994 [http://www.elpais.com/articulo/espana/ GODo/_JAVIER_DE/RODRIGUEZ /_FERNANDO_/EX_CORONEL_CESID/ESPAnA/MINISTERIO_DE_DEFENS PODER_EJECUTIVO/_GOBIERNO_PSOE_/199 3 -1996/elpepiesp/19940207elpepinac_21/Tes/].<<

[180] J. Díaz Herrera e I. Durán, *Los secretos del poder*, cit.<<

[181] *Ibid.*<<

[182] Comunicado del Sindicato de Periodistas, 23 de mayo de 2009. Véase http://www.spandalucia.com/index.php?option=com_content&task=view&id=391&Itemid=46.<<

[183] *La Vanguardia*, 10 de abril de 2010<<

[184] Véase http://www.prisa.com/quienes-somos/.<<

[185] Véase http://www.prisa.com/sala-prensa/galeria-multimedia/video/56/prisa-un-grupo-global/.<<

[186] Véase http://www.progresa.es/pub/productos.html?idSeccion=2.<<

[187] Véase historia de su creación en http://www.cnnplus.com/codigo/especiales/personajes.asp?id=333923&tipo=GRUPO1.<<

[188] Véase http://www.gdm.es/gmedios.html.<<

[189] Véase http://www.dedalogrupografico.es/quienes.html.<<

[190] Cacho cita este grupo de hoteles porque, al igual que Prisa, es propiedad de la empresa Timón, propiedad en su mayoría de la familia Polanco. Al encontrarse fuera del ámbito de la comunicación no analizaremos estas empresas.<<

[191] Esta cadena, propiedad de Santillana, cerró en 2009.<<

[192] Prisa participaba a través de Sogecable; vendió su participación en 2005.<<

[193] J. Cacho, *El negocio de la libertad*, Madrid, Foca, 1999.<<

[194] J. Cacho, *El negocio de la libertad*, Madrid, Foca, 1999.<<

[195] *Ibid.*<<

[196] «PRISA y Bavaria impulsa una red panamericana de radio» *El País*, 13 de abril de 2002 [http://www.elpais.com/articulo/sociedad/PRISA/PRISA/Bavaria/impulsan/red/pa /Tes/].<<

[197] «Ignacio Polanco será el futuro presidente del Grupo Prisa», *El País*, 16 de noviembre de 2006 [http://www.elpais.com/articulo/sociedad/Ignacio/Polanco/sera/futuro/presidente/Grupo/Prisa/elpporsoc/20061116elpepusoc_4/Tes].<<

[198] Contrato entre Prisa y Liberty remitido a la CNMV (17 de marzo de 2010).
<<

[199] Véase http://www.prisa.com/quienes-somos/consejo-administracion/.<<

[200] Véase http://www.prisa.com/quienes-somos/cronologia/.<<

[201] J. Cacho, *El negocio de la libertad*, cit., y R. Tijeras y J. Díaz Herrera, *El dinero del poder*, Madrid, Cambio 16, 1991.<<

[202] Fue filmado en la reunión de 2006 por el periodista Alex Jones en Otttawa, Canadá, a la entrada del hotel donde tuvo lugar la conferencia. El vídeo se puede ver «Bilderberg exposed - Part 4/6» (en inglés) [http://www.youtube.com/watch?v=tM5hL3jNGCU&NR=1].<<

[203] J. Cacho, *El negocio de la libertad*, cit.<<

[204] Relato de Pablo Sebastián a los periodistas J. Díaz Herrera e I. Durán, recogido en su libro *Los secretos del poder*, cit.<<

[205] «Cebrián se deja 20 millones en la caída de Prisa» *Prnoticias*, 6 de marzo de 2009 [http://www.prnoticias.com/index.php/prseguridadvial/121-prisa-/10028897-cebrian-se-deja-20-millones-en-la-caida-bursatil-de-prisa].<<

[206] Véase «Integrarse, Coexistir», www.javierortiz.net, 22 de octubre de 2007 [http://www.javierortiz.net/jor/apuntes/integrarse-coexistir].<<

[207] J. Ortiz, «Martín Villa», *Apuntes del Natural*, 24 de febrero de 2005 [http://www.javierortiz.net/jor/jamaica/martin-villa].<<

[208] J. Duva, «La segunda vida de Cubillo», *El País*, 18 de mayo de 2008 [http://www.elpais.com/articulo/reportajes/segunda/vida/Cubillo/elpepusocdmg/2
<<

[209] «Muerte en las barricadas de Aldapeta», *Noticias de Gipuzkoa*, 11 de julio de 2008 [http://www2.noticiasdegipuzkoa.com/ediciones/2008/07/11/politica/euskadi/d11

<<

[210] J. Ortiz, «Maldito San Fermín», *Público*, 7 de julio de 2008 [http://www.javierortiz.net/jor/dedo/maldito-san-fermin].<<

[211] Numerosos documentos sobre la represión a indígenas por Endesa durante la presidencia de Martín Villa se pueden encontrar en la web de derechos humanos Equipo Nizkor: http://www.derechos.org/nizkor/espana/doc/endesa/#rep.<<

[212] Diario *La Tercera*, Santiago de Chile, 17 de mayo de 2000. Véase http://www.derechos.org/nizkor/espana/doc/endesa/villa2.html.<<

[213] Véase http://www.prisa.com/sala-prensa/galeria-multimedia/video/56/prisa-un-grupo-global/.<<

[214] Fue por la investigación del caso Gürtel, labor que estuvo a cargo de la sección de Nacional y de la redacción en Valencia.<<

[215] P. Serrano, «El grupo Prisa se tambalea», *Le Monde Diplomatique*, marzo de 2009.<<

[216] *Web Financial Group*, 18 de julio de 2008.<<

[217] «Prisa rebaja 15 millones a Longshore y cierra la venta de sus edificios por 300 millones», *El Economista*, 29 de julio de 2008. Véase http://www.eleconomista.es/empresas-finanzas/noticias/679796/07/08/Economia-Empresas-Prisa-cierra-la-venta-de-sus-activos-inmobiliarios-por-300-millones-con-plusvalias-de-227-millones.html.<<

[218] «Prisa anuncia el cese de actividad de Localia por las "dificultades" del marco regulatorio y la crisis económica», *Europa Press*, 13 de noviembre de 2008. Véase http://ecodiario.eleconomista.es/espana/noticias/861809/11/08/Prisa-anuncia-el-cese-de-actividad-de-Localia-por-las-dificultades-del-marco-regulatorio-y-la-crisis-economica.html.<<

[219] Léase R. Bajo y P. Serrano, «Guerra mediática en Bolivia», *Le Monde Diplomatique* en español, diciembre de 2008.<<

[220] *Web Financial Group*, 21 de enero de 2009.<<

[221] El préstamo puente que Prisa firmó el 20 de diciembre de 2007 lo hizo con las siguientes entidades: HSBC (Londres), Banco Santander, Banesto, Caja Madrid, La Caixa, BNP Paribas (París), Natixis (París).<<

[222] Véase http://www.prisa.com/sala-prensa/notas-prensa/noticia/654prisa-vendera-hasta-un-35-de-media-capital/.<<

[223] Véase http://www.prisa.com/sala-prensa/notas-prensa/noticia/965/prisa-entabla-negociaciones-con-nuevos-inversores-portugueses-para-media-capital/.
<<

[224] «PRISA vende a Telefónica un 21% de Digital+ por 470 millones», *El País*, 25 de noviembre de 2009 [http://www.elpais.com/articulo/economia/PRISA/vende/Telefonica/21/Digital/47 /20091125elpepueco_14/Tes].<<

[225] En septiembre de 2010 se supo que, según una simulación remitida a la CNMV, Prisa podría incluso deshacerse de este 18,3 por 100 de acciones de Mediaset para lograr más liquidez. «Prisa planea salir de Telecinco para reducir su deuda en 600 millones», *Cotizalia.com*, 10 de septiembre de 2010 [http://www.cotizalia.com/en-exclusiva/prisa-saldra-telecinco-reducir-millones-deuda-20100910-57875.html].<<

[226] Véase http://www.sogecable.es/noticias.html?id=532351&formato=13&item=I67&lang=ES.<<

[227] Véase http://www.cuatro.com/area-corporativa/informacion-corporativa.<<

[228] *Il Mondo*, 12 de febrero de 2010.<<

[229] «Telecinco y Telefónica pagan por el 22 por 100 de Digital+ lo que vale todo Prisa en Bolsa», *El Confidencial Digital*, 21 de junio de 2010 [http://www.elconfidencial.com/comunicacion/telecinco-telefonica-pagan-digital-prisa-bolsa-20100621-66713.html].<<

[230] Véanse «PRISA llega a un acuerdo con los bancos acreedores», *El País*, 23 de febrero de 2010 [http://www.elpais.com/articulo/economia/PRISA/llega/acuerdo/bancos/acreedor y «PRISA negocia incorporar a inversores internacionales», El País, 24 de febrero de 2010 [http://www.elpais.com/articulo/economia/PRISA/negocia/incorporar/inversores/ <<

[231] R. Ugalde, «HSBC y Santander entrarán en el accionariado de Prisa», *Lainformacion.com*, 21 de agosto de 2010 [http://noticias.lainformacion.com/economia-negocios-y-finanzas/hsbc-y-santander-entraran-en-el-accionariado-de-prisa_l0CEVvf3buUo1niFQOkTA/]. <<

[232] Se trata de dos de los bancos con los que el grupo Prisa tiene su principal deuda financiera.<<

[233] R. Ugalde, «HSBC y Santander entrarán en el accionariado de Prisa», cit.<<

[234] S. Nikolaev, «Los fundadores de Liberty no podrán vender su 20% de Prisa en un año; el resto de los inversores lo podrán hacer cuando quieran en la Bolsa de NY», *Periodista Digital*, 5 de abril de 2010 [http://www.periodistadigital.com/economia/empresas/2010/04/05/prisa-liberty-bolsa-nueva-york-barbara-manrique-de-lara.shtml].<<

[235] Véase http://www.cnmv.es/Portal/hr/verDoc.axd?sParams=122445@HS@1&sTipoDoc=1&sCodDoc=HSR2.<<

[236] «Cebrián pacta con Liberty seguir tres años más al frente del Grupo Prisa», *Periodismo para Periodistas*, 15 de marzo de 2010 [http://periodismoparaperiodistas.blogspot.com/2010/03/cebrian-pacta-con-liberty-seguir-tres.html]. <<

[237] «Los directivos de Prisa ejecutan un plan de "stock options" en plena entrada del fondo americano», *Cotizalia*, 10 de marzo de 2010 [http://www.cotizalia.com/en-exclusiva/prisa-regala-cupula-directiva-stock-options.html].<<

[238] Nikolaev, *op. cit.*<<

[239] Véase http://www.thepearlgroup.com/en/media-centre/latest-news/~/media/Files/P/Phoenix-Group/AnnualReports/Attachments/latest-news-archive/former-liberty/Final_Liberty_Press_Release.pdf.<<

[240] Véase http://www.thephoenixgroup.com/.<<

[241] Su domicilio es Phoenix Group. Ugland House. PO Box 309. c/o Maples Corporate Services Grand Cayman. Véase http://www.alacrastore.com/company-snapshot/Phoenix_Group_Holdings-4092826.<<

[242] Véase http://investing.businessweek.com/research/stocks/private/snapshot.asp?privcapId=41354944.<<

[243] «¿Quién es Liberty, el nuevo accionista de Prisa?», *Invertia*, 9 de marzo de 2010 [http://www.invertia.com/noticias/noticia.asp?idnoticia=2304265], y «Cebrián cuela en Prisa a la élite de los "hedge funds" de Wall Street», *Cotizalia*, 25 de febrero de 2010 [http://www.cotizalia.com/en-exclusiva/cebrian-cuela-prisa-elite-hedge-funds-20100225.html].<<

[244] «El nuevo socio de los Polanco es un "homeless" multimillonario enamorado del arte», *El Confidencial*, 26 de febrero de 2010 [http://www.elconfidencial.com/comunicacion/nicolas-berggruen-socio-polanco-casa.html].<<

[245] «¿Quién es Liberty, el nuevo accionista de Prisa?», *op. cit.*<<

[246] N. Berggruen y N. Gardels, «Las líneas de falla de la democracia», *El País*, 4 de abril de 2010 [http://www.elpais.com/articulo/opinion/lineas/falla/democracia/elpepiopi/20100
<<

[247] A. González, «entrevista: Nicolas Berggruen», *El País*, 20 de junio de 2010 [http://www.elpais.com/articulo/economia/importante/tener/medios/calidad/elpep
<<

[248] *Cinco Días*, 20 de junio de 2010 [http://www.cincodias.com/articulo/empresas/importante-tener-medios-calidad/20100620cdscdsemp_3/cdsemp/].<<

[249] «Kamal M. Bherwani, nuevo director general del área digital de Prisa», *Digimedios*, 27 de enero de 2010 [http://digimedios.es/index.php/archivo/kamal-m-bherwani-nuevo-director-general-del-area-digital-de-prisa/].<<

[250] El documento está disponible en http://www.periodistadigital.com/documentos/2010/03/30/Liberty_Deal_Prisa.pd
<<

[251] *Diagonal* 129, 24 de junio al 7 de julio de 2010.<<

[252] Disponible en http://www.periodistadigital.com/periodismo/prensa/2010/03/24/comunicado-grupo-prisa-comites-empresa-operacion-liberty-elpais-javier-moreno.shtml.<<

[253] Véase el documento del acuerdo en http://www.periodistadigital.com/documentos/2010/03/30/Liberty_Deal_Prisa.pd <<

[254] Las imágenes de esa concentración se pueden encontrar en http://www.youtube.com/watch?v=iAPzCjzepVE.<<

[255] El crítico literario hizo esta denuncia en una «Carta abierta a Lluís Bassets, director adjunto del diario *El País*». Se puede consultar en *Rebelión.org*, 10 de diciembre de 2004 [http://www.rebelion.org/noticia.php?id=8567].<<

[256] *Ibid.*<<

[257] I. Echevarría, entrevista con el autor, mayo de 2010.<<

[258] *El País*, 18 de diciembre de 2004 [http://www.elpais.com/articulo/opinion/Preocupacion/elpepiopi/20041218elpepi
La «defensora del lector» abordó también este asunto. M. Alvarez, «El caso "Echevarría"», *El País*, 19 de diciembre de 2004 [http://www.elpais.com/articulo/opinion/caso/Echevarria/elpepiopi/20041219elpe
<<

[259] I. Echevarría, entrevista con el autor, mayo de 2010.<<

[260] Véase I. Escolar, «La columna que *El País* no publicó a Enric González», *Escolar.net*, 1 de mayo de 2009 [http://www.escolar.net/MT/archives/2009/05/la-columna-que-el-pais-no-publico-a-enric-gonzalez-2.html].<<

[261] Véase nota de prensa difundida el 18 de marzo de 2010 [http://www.prisa.com/sala-prensa/notas-prensa/noticia/950/prisa-gana-la-guerra-del-futbol-ampliacion/].<<

[262] Editorial de *El País*, 13 de abril de 2002.<<

[263] *El País*, 15 de abril de 2002.<<

[264] *El País*, 14 de abril de 2002.<<

[265] *Clarín*, 16 de octubre de 2007 [http://edant.clarin.com/diario/2007/10/16/elmundo/i-03002.htm].<<

[266] Fue carta al director el 18 de octubre de 2007 bajo el título «La Redacción discrepa del editorial sobre el Che».<<

[267] *Público*, 16 de octubre de 2007.<<

[268] P. Serrano, «El grupo Prisa se tambalea», cit.<<

[269] La nota de prensa íntegra de *Le Monde Diplomatique* se puede encontrar en *Rebelión.org*, 10 de marzo de 2009 [http://www.rebelion.org/noticia.php?id=82014].<<

[270] Esta afirmación podría ser discutible; en mayo de 2010 Vocento alcanzó en Bolsa un precio mayor que Prisa. <<

[*] Telecinco, 2 de julio de 2010 [http://www.telecinco.es/detail/detail23794.shtml].<<

[271] Sociedades dependientes, en las cuales Gestevisión Telecinco tiene al menos el 50 por 100 de los derechos. Véase http://www.telecinco.es/inversores/es/download/empresas_controladas.shtml.<<

[272] Sociedades donde Telecinco no tiene el control mayoritario pero sí una participación de, al menos, el 20 por 100.<<

[273] J. Díaz Herrera e I. Durán, *Los secretos del poder*, cit.<<

[274] «El fiscal acusa a Matas de recibir sobornos de José Luis Moreno», *El País*, 26 de marzo de 2010 [http://www.elpais.com/articulo/espana/fiscal/acusa/Matas/recibir/sobornos/Jose/
_29/Tes].<<

[275] El documento íntegro se encuentra en http://www.elpais.com/elpaismedia/ultimahora/media/201003/26/espana/2010032 <<

[276] C. De Gregorio, «Il Cavaliere all’assalto del Paìs», *L’Unità*, 28 de agosto de 2009 [http://www.unita.it/news/italia/87718/il_cavaliere_allassalto_del_pas].<<

[277] M. Travaglio, entrevista con el autor, junio de 2010.<<

[278] *Periodista digital*, 19 de mayo de 2010 [http://www.periodistadigital.com/periodismo/tv/2010/05/19/telecinco-los-otros-no-existiamos-no-nos-habiamos-dado-cuenta-concha-garcia-campoy-cuatro-fusion-telecinco-berlusconi-salvame-belen-esteban-mananas-cuatro-informativos.shtml].<<

[279] E. Veltri y M. Travaglio, *L’odore dei soldi*, cit.<<

[280] «Archivada la causa abierta en España por fraude contra Silvio Berlusconi», *El Mundo*, 17 de octubre de 2008 [http://www.elmundo.es/elmundo/2008/10/17/internacional/1224277077.html].

<<

[281] El portal www.losgenoveses.com elaboró un amplio reportaje detallando las circunstancias de la tramitación de aquel suplicatorio y el papel del Gobierno Aznar. «Crónica de un suplicatorio a la medida», *Los genoveses.com* [http://www.losgenoveses.com/PersonajesPopulares/Especialpor10020Duce/eldu
<<

[282] B. Pierce, «The Trials of Silvio Berlusconi», *Foreign Policy*, 9 de octubre de 2009 [http://www.foreignpolicy.com/articles/2009/10/09/the_trials_of_silvio_berlusconi <<

[283] *Público*, 2 de abril de 2010.<<

[284] M. Travaglio y P. Gómez, *Berlusconi*, Turín, editado por la oficina del eurodiputado Gianni Vattimo, 2003. Disponible en http://www.giannivattimo.it/menu/libro_berl.html.<<

[285] *Ibid.*<<

[286] E. Veltri y M. Travaglio, *L’odore dei soldi*, cit.<<

[287] *Ibid.*<<

[288] «Berlusconi, condenado como "corresponsable de corrupción" por la compra irregular de Mondadori», *EFE*, 5 de octubre de 2009. Disponible en http://www.cincodias.com/articulo/economia/Berlusconi-condenado-corresponsable-corrupcion-compra-irregular-Mondadori/20091005cdscdseco_19/cdseco/.<<

[289] *Público*, en su edición del 4 de febrero de 2010, presentaba a dos páginas un elaborado gráfico donde se recogían los procesos judiciales de Silvio Berlusconi.
<<

[290] M. Travaglio y P. Gómez, *Berlusconi*, cit.<<

[291] A. Di Pietro, «Un conflitto di interessi singolare», 19 de agosto de 2009 [http://www.antoniodipietro.com/2009/08/un_conflitto_di_interessi_sing.html].
<<

[292] M. Travaglio, entrevista con el autor, junio de 2010.<<

[293] *Il Mondo*, 12 de febrero de 2010.<<

[294] *Público*, 15 de abril de 2010 [http://www.publico.es/televisionygente/306051/telecinco/cuatro/fusion/tdt/televi
<<

[295] J. Rodríguez, «Alejandro Agag. El Conseguidor», *El País*, 25 de febrero de 2007 [http://www.elpais.com/articulo/reportajes/conseguidor/elpepusocdmg/20070225

<<

[296] *Ibid.*<<

[297] *Ibid.*<<

[298] «"Dell’Utri Sapeva" publitalia parte il processo», cit.<<

[299] Entrevista de B. Beatrice, «Marcello Dell’Utri: Io senatore, per non finire in galera», *Il Fatto Quotidiano*, 10 de febrero de 2010 [http://antefatto.ilcannocchiale.it/glamware/blogs/blog.aspx?id_blog=96578&id_blogdoc=2436079&yy=2010&mm=02&dd=10&title=io_sen
<<

[300] «Dell'Utri chiede l'attidamento ai servizi sociali», *La Repubblica*, 22 de diciembre de 1999 [http://ricerca.repubblica.it/repubblica/archivio/repubblica/1999/12/22/dell-utri-chiede-affidamento-ai-servizi.html].<<

[301] «Dell’Utri: il Pg chiede condono pene accessorie», *Corriere della Sera*, 6 de abril de 2000 [http://archiviostorico.corriere.it/2000/aprile/06/Dell_Utri_chiede_condono_pene
<<

[302] M. Mora, «Spatuzza implica a Berlusconi y a Dell'Utri en los atentados mafiosos de 1993», *El País*, 4 de diciembre de 2009 [http://www.elpais.com/articulo/internacional/Spatuzza/implica/Berlusconi/Dell/U
<<

[303] *El Mundo*, 5 de mayo de 2009 [http://www.elmundo.es/elmundo/2009/05/05/internacional/1241508231.html].<<

[304] Entrevista de B. Beatrice, «Marcello Dell'Utri: Io senatore, per non finire in galera», cit.<<

[305] Véase http://www.telecinco.es/inversores/es/consejo_administracion.shtml.
<<

[306] *El País*, 21 de junio de 2004 [http://www.elpais.com/articulo/economia/sector/televisivo/depende/ciclos/public pepieco_7/Tes].<<

[307] *Público*, 18 de octubre de 2009.<<

[308] *El País*, 8 de octubre de 2003 [http://www.elpais.com/articulo/sociedad/sector/audiovisual/necesita/pacto/Estadsoc_14/Tes].<<

[309] *El País*, 27 de noviembre de 1998 [http://www.elpais.com/articulo/sociedad/Alejandro/Echevarria/pide/minima/inte
<<

[310] Véase http://www.telecinco.es/inversores/es/junta_general_2009.shtm.<<

[311] En noviembre de 2009 dejó de editar la revista oficial de la NBA, que pasó a ser publicada por el grupo V [http://www.grupovmedia.com/tag/nba/].<<

[312] Términos de la alianza estratégica entre el Grupo Recoletos y el Grupo Unidad Editorial. El Mundo, http://www.elmundo.es/sociedad/unidadeditorial/grupopromotor.html.<<

[313] *Cinco Días*, 8 de febrero de 2007 [http://www.cincodias.com/articulo/empresas/grupo-italiano-dueno-Mundo-compra-Recoletos/20070208cds cdiemp_14/cdsemp/].<<

[314] Historia del diario El Mundo y su acuerdo con Recoletos. *El Mundo*, sin fecha, http://www.elmundo.es/sociedad/unidadeditorial/grupopromotor.html.<<

[315] R. Montoya, entrevista con el autor, mayo de 2010.<<

[316] Historia del diario *El Mundo* y su acuerdo con Recoletos, cit.<<

[317] J. Díaz Herrera, *Pedro J. Ramírez al desnudo*, Madrid, Foca, 2009.<<

[318] *Ibid.*<<

[319] Historia del diario *El Mundo* y su acuerdo con Recoletos, cit.<<

[320] J. Díaz Herrera, *Pedro J. Ramírez al desnudo*, cit.<<

[321] J. C. Escudier, «Lecciones de Pedro J.», *El Confidencial*, 1 de mayo de 2008 [http://www.elconfidencial.com/cache/2008/05/31/66_lecciones_pedro.html].<<

[322] J. Díaz Herrera, *Pedro J. Ramírez al desnudo*, cit.<<

[323] *El Mundo*, 30 de junio de 2007 [http://www.elmundo.es/elmundo/2007/06/30/comunicacion/1183178295.html].<<

[324] *El Mundo*, 23 de marzo de 2008 [http://www.elmundo.es/2008/03/23/mercados/2350727.html].<<

[325] *Expansión*, 19 de diciembre de 2008 [http://www.expansion.com/2008/12/19/empresas/1229716420.html].<<

[326] *El Mundo*, 6 de julio de 2008 [http://www.elmundo.es/2008/07/06/mercados/2445004.html].<<

[327] Véase http://www.rcsmediagroup.it/wps/portal/mg/attivita/periodici?language=it.<<

[328] Véase http://www.consob.it/main/documenti/assetti/semestre1-2010/150061_TOrdDich.html.<<

[329] Véase http://www.mediobanca.it/investor_relations/azionisti.php.<<

[330] Hace referencia a este wéstern porque en él los poderes políticos de una localidad, con el objetivo de que los habitantes la abandonen para vender los terrenos a una compañía de ferrocarril, nombran *sheriff* a un condenado a la horca que asegure el desorden y la anarquía.<<

[331] El vídeo de la entrevista se encuentra disponible en http://www.youtube.com/watch?v=WQZaok5BmjE.<<

[332] «Mediobanca, entra Marina Berlusconi», *Corriere della Sera*, 18 de septiembre de 2008 [http://www.corriere.it/economia/08_settembre_18/mediobanca_marina_berlusco 8580-11dd-bcd5-00144f02aabc.shtml].<<

[333] J. Irazábal Aguirre, «La masacre del Duranguesado», *Deia*, 16 de enero de 2010.<<

[334] A. Assumma, «Mine antiuomo: Una storia made in Italy», *Lettera* 22, 14 de septiembre de 2002.<<

[335] «La Finanza perquisisce la Valsella», *La Repubblica*, 25 de agosto de 1987 [http://ricerca.repubblica.it/repubblica/archivio/repubblica1987/08/25/la-finanza-perquisisce-la-valsella.html].<<

[336] «Si profila una "Fiat-Connection"», *La Repubblica*, 1 de marzo de 1991 [http://ricerca.repubblica.it/repubblica/archivio/repubblica/1991/03/01/si-profila-una-fiat-connection.html].<<

[337] A. Sánchez Díaz, *Prensa rosa, voto azul*, San Sebastián, Ardi Beltza, 2000.
<<

[338] «Truffa delle cliniche private, indagato Rotelli», *La Repubblica*, 15 de julio de 2008 [http://milano.repubblica.it/dettaglio/truffa-delle-cliniche-private-indagato-rotelli/1488194] y «Rimborsi gonfiati, 30 avvisi di garanzia agli amministratori del Galeazzi», Corriere della Sera, 5 de febrero de 2009 [http://milano.corriere.it/milano/notizie/cronaca/09_febbraio_5/ospedale_galeazz150972390802.shtml].<<

[339] J. Díaz Herrera, *Pedro J. Ramiréz al desnudo*, cit.<<

[340] Se puede acceder a la biografía publicada por su diario en http://www.elmundo.es/opinion/biografias/pedro-j-ramirez.html.<<

[341] El director de *El Mundo*, Pedro J. Ramírez, junto con Marta Robles, publicó en 1991 un libro relatando su visión de la historia del periódico. El título ya es significativo de su ego: *Pedro J. Ramírez. El Mundo en mis manos* (Grijalbo).<<

[342] P. J. Ramírez, «La ETA y el Ejército», *ABC*, 27 de mayo de 1979.<<

[343] El periodista Fernando Jáuregui relata que Pedro J. Ramírez defendió en un consejo de redacción de Diario 16 la idea de pedir la reimplantación de la pena de muerte para los terroristas. Citado en J. Díaz Herrera, *Pedro J. Ramírez al desnudo*, cit.<<

[344] J. Díaz Herrera, *Pedro J. Ramírez al desnudo*, cit.<<

[345] Véase http://eng.economiaesocieta.org/protagonistas/Paris/Piergaetano_Marchetti.kl.<<

[346] «Unedisa necesita el apoyo de su matriz RCS para seguir "en funcionamiento"», *El País*, 20 de noviembre de 2008 [http://www.elpais.com/articulo/economia/Unedisa/necesita/apoyo/matriz/RCS/se
<<

[347] P. López, «El País evita in extremis ser embargado mientras El Mundo es incapaz de pagar los intereses de su deuda», *Periodista Digital*, 26 de abril de 2010 [http://www.periodistadigital.com/periodismo/prensa/2010/04/26/prisa-liberty-el-pais-unidad-editorial-el-mundo-deuda-cuentas-anuales-situacion-dramatica.shtml].<<

[348] «La editora del El Mundo sufrió pérdidas de 11,6 millones en el primer trimestre», *Cinco Días*, 13 de mayo de 2010 [http://www.cincodias.com/articulo/empresas/editora-Mundo-sufrio-perdidas-116-millones-primer-trimestre/20100513cdscdiemp_31/cdsemp/?view=print].<<

[349] «El grupo editor de "El Mundo" sufrió pérdidas multimillonarias en 2009», *El País*, 19 de marzo de 2010 [http://www.elpais.com/articulo/economia/grupo/editor/Mundo/sufrio/perdidas/m
<<

[350] El anuncio del seminario se publicó en la edición de *El Mundo* el 4 de diciembre de 2008. Véase http://hayunaguerra.blogspot.com/2009/01/terapia-empresarial-contra-la-crisis.html.<<

[351] Véase la web del Sindicato de Periodistas de Madrid, 2 de febrero de 2010 [http://www.sindicato-periodistas.es/enaccion_ver.php?id=512].<<

[352] *Ibid.*<<

[353] «La primera purga de Pedrojota en Unidad Editorial concluye con 164 despidos», *Periodista Digital*, 27 de noviembre de 2009 [http://www.periodistadigital.com/periodismo/prensa/2009/11/27/periodismo-ere-mundo-pedrojota-despidos.shtml].<<

[354] *233grados.com*, 26 de marzo de 2010 [http://www.233grados.com/blog/2010/03/huelga-expansion.html.<<

[355] «Globomedia y Mediapro ultiman la creación de un gigante audiovisual», El País, 22 de junio de 2005 [http://www.elpais.com/articulo/sociedad/Globomedia/Mediapro/ultiman/creacion
<<

[356] «Mediapro, una productora catalana con acento holandés», *Cinco días*, 3 de octubre de 2007 [http://www.cincodias.com/articulo/empresas/Mediapro-productora-catalana-acento-holandes/20071003cdscdiemp_23/cdsemp/].<<

[357] Ibid.<<

[358] Por ejemplo *El Mundo*, 28 de abril de 2009 [http://www.elmundo.es/elmundo/2009/04/28/comunicacion/1240921181.html]. *Canal 7.º Arte*, 9 de abril de 2008 [http://www.canal7arte.com/2008/04/09/imposicion-del-catalan-en-catalunya-para-la-nueva-pelicula-de-woody-allen/]. *La Gaceta*, 15 de noviembre de 2009 [http://www.intereconomia.com/noticias-gaceta/opinion /roures-favorecido-permanente-zp].<<

[359] E. Pita, entrevista a Jaume Roures, *El Mundo*, Magazine, 29 de marzo de 2009 [http://www.elmundo.es/suplementos/magazine/2009/496/1238086518.html].<<

[360] *Cinco Días*, 19 de julio de 2010.<<

[361] Véase http://www.wpp.com/wpp/about/whoweare/.<<

[362] E. Pita, entrevista a Jaume Roures, cit.<<

[363] P. Serrano, Medios violentos. Palabras e imágenes para el odio y la guerra, Barcelona, El Viejo Topo, 2008.<<

[364] El documental se puede ver en http://www.dailymotion.com/video/xjl76_vender-la-guerra_news.<<

[365] «Grupo Imagina inaugura nuevo edificio en Barcelona que ha costado 60 millones», EFE, 25 de abril de 2008 [http://www.eleconomista.es/economia/noticias/501837/04/08/Grupo-Imagina-inaugura-nuevo-edificio-en-Barcelona-que-ha-costado-60-millones.html]. <<

[366] E. Pita, entrevista a Jaume Roures, cit.<<

[367] *Libération*, 22 de enero de 2009. Disponible la entrevista en español en http://www.vertele.com/noticias/detail.php?id=21760.<<

[368] E. Pita, entrevista a Jaume Roures, cit.<<

[369] *Ibid.*<<

[370] Entrevista a Emilio Aragón, *XL Semanal*, febrero de 2010 [http://xlsemanal.finanzas.com/web/articulo.php?id=53038&id_edicion=4967].
<<

[371] *Ibid.* [http://xlsemanal.finanzas.com/web/articulo.php?id=53038&id_edicion=4967&salto_pagina=1].<<

[372] Entrevista a Emilio Aragón, *El País*, 2 de enero de 2005 [http://www.elpais.com/articulo/ultima/Todos/tenemos/poquitito/jetas/elpepiult/20
0102elpepiult_1/Tes].<<

[373] *El Periódico*, 27 de julio de 2009. Disponible en http://www.vertele.com/noticias/23722/hay-productores-payaso-que-quedan-nuestro-dinero.<<

[374] «La guerra del fútbol», *Fusión*, diciembre de 2007 [http://www.revistafusion.com/2007/diciembre/nacional171-t.htm].<<

[375] «La enrevesada trama empresarial de Imagina al descubierto», *Cinco Días*, 19 de julio de 2010 [http://www.cincodias.com/articulo/empresas/enrevesada-trama-empresarial-Imagina-descubierto/20100719cdscdiemp_6/cdsemp/].<<

[376] *El País*, 5 de junio de 2009 [http://www.elpais.com/articulo/sociedad/Sogecable/Mediapro/pactan/fin/guerra/
soc_1/Tes].<<

[377] Véase nota de prensa difundida el 18 de marzo de 2010 [http://www.prisa.com/sala-prensa/notas-prensa/noticia/950/prisa-gana-la-guerra-del-futbol-ampliacion/].<<

[378] «Medipro recurrirá el fallo que le obliga a indemnizar a *Audiovisual Sport*», Público, 18 de marzo de 2010 [http://www.publico.es/televisionygente/302074/mediapro/recurrira/fallo/obliga/i
<<

[379] La versión de ambos grupos se puede encontrar en las ediciones del 16 de junio de 2010 de *El País* y de *Público*. Véanse «Mediapro presenta concurso de acreedores», [http://www.elpais.com/articulo/sociedad/Mediapro/presenta/concurso/acreedores y «Sogecable reabre la guerra del fútbol contra Mediapro» [http://www.publico.es/televisionygente/321090/sogecable/deja/pagar/mediapro/r
<<

[380] D. Carvajal, «El País in Rare Break With Socialist Leader», *The New York Times*, 13 de septiembre de 2009 [http://www.nytimes.com/2009/09/14/business/media/14elpais.html. En español http://www.internautas.org/html/5722.html].<<

[381] *Ibid.*<<

[382] E. Pita, entrevista a Jaume Roures, cit.<<

[383] R. Hetz, entrevista a Jaume Roures, Reuters, 25 de septiembre de 2009. Disponible en http://www.elmundo.es/elmundo/2009/09/25/comunicacion/1253877928.html.

<<

[384] «El imperio mediático de Roures y los amigos de ZP se tambalea», *Periodista Digital*, 21 de noviembre de 2009 [http://www.periodistadigital.com/periodismo/prensa/2009/11/21/cuatro-imperio-mediatico-telecinco-roures-sexta-publico-amigos-monteira-zapatero-tambalea.shtml].<<

[385] *Ibid.*<<

[386] R. Hetz, entrevista a Jaume Roures, cit.<<

[387] Incluido el importe de la sentencia a favor de Prisa que asciende a más de 100 millones de euros.<<

[388] «La enrevesada trama empresarial de Imagina, al descubierto», cit.<<

[389] *Ibid.*<<

[390] *Público*, 6 de marzo de 2010.<<

[391] *Ibid.*<<

[392] P. Serrano, entrevista a Félix Monteira, *Rebelión.org*, 12 de noviembre de 2009 [http://www.pascualserrano.net/noticias/201ca-diferencia-de-otros-medios-espanoles-nosotros-criticamos-a-veces-pero-tambien-valoramos-las-reformas-en-america-latina]. <<

[393] I. Escolar, entrevista con el autor, abril de 2010.<<

[394] L. Fernández, «Los trabajadores protestan en la sede del PSOE» *Periodista Digital*, 24 de mayo de 2010 [http://www.periodistadigital.com/periodismo/tv/2010/05/24/concentracion-trabajadores-de-rtve-sede-psoe-calle-ferraz-externalizacion-contenidos-productoras-externas-mediapro.shtml].<<

[395] A. Muñoz, «La privatización encubierta de la cadena de todos», *Diagonal*, 16 de febrero de 2010 [http://www.periodicodiagonal.com/La-privatizacion-encubierta-de-la.html].<<

[396] *Ibid.*<<

[397] *Periodista Digital*, 24 de febrero de 2010 [http://www.periodistadigital.com/periodismo/tv/2010/02/24/entrevista-rtve-miguel-angel-curieses-sindicato-rtve-ugt-externalizacion-auditoria-corrupcion.shtml http://www.ivoox.com/en-rtve-hay-tener-amigos-el-audios-mp3_rf_216955_1.html].<<

[398] R. G. Gómez, «Oliart dice que una plantilla poco flexible le obliga a subcontratar», *El País*, 24 de febrero de 2010 [http://www.elpais.com/articulo/sociedad/Oliart/dice/plantilla/poco/flexible/le/ob
<<

[399] Carta al director, *El País*, 5 de marzo de 2010<<

[400] Según el apartado Corporativo/Institucional COPE de su web www.cope.es.
<<

[401] Según el apartado Corporativo/Institucional COPE de su web www.cope.es.

<<

[402] E. Bustamante, *Los amos de la información en España*, cit.<<

[403] Véase informe de la AIMC en http://download.aimc.es/aimc/09notas/comunicadoaimc06_03_16.pdf.<<

[404] C. Munaiz, «Los trabajadores de COPE piden la cabeza de Alfonso Coronel de Palma», *Periodista Digital*, 19 de febrero de 2010 [http://www.periodistadigital.com/periodismo/radio/2010/02/19/empleados-cope-cadena-episcopal-obispos-nacho-villa-coronel-palma-cesar-vidal-ere-reduccion-salario-radio.shtml].<<

[405] «Punto Radio, Onda Cero y Cope, la fusión que quiere Del Olmo», *Prnoticias*, 5 de abril de 2010 [http://www.prnoticias.com/index.php/home/ 183-punto-radio-/10054476-luis-del-olmo-propone-la-fusion-de-punto-radio-onda-cero-y-cope]. <<

[406] Véase http://www.cope.es/ideario.<<

[407] Entrevista de J. C. Escudier, *20 minutos*, 18 de diciembre de 2006 [http://www.20minutos.es/noticia/183126/1/].<<

[408] *Religion en libertad*, 25 de junio de 2010 [http://www.religionenlibertad.com/articulo.asp?idarticulo=9533].<<

[409] L. Pousa, «Ganan los especuladores», *El Correo Gallego*, http://www.elcorreogallego.es/opinion/firmas/ecg/ganan-especuladores/idEdicion- 2010-03-16/idNoticia-526284/, 16 de marzo de 2010. <<

[410] Cadena SER, 29 de octubre de 2007 [http://www.cadenaser.com/espana/articulo/empresario-proximo-pp-organizo-proteccion/csrcsrpor/ 20071029csrcsrnac_2/Tes#despiece1].<<

[411] Disponible en el Canal Intereconomía de Youtube http://www.youtube.com/watch?v=9r0OUJoCvUI.<<

[412] «Festival franquista de Intereconomía TV en vísperas del 20-N», *Elplural.com*, 19 de noviembre de 2008 [http://www.elplural.com/politica/detail.php?id=27383].<<

[413] El vídeo se puede encontrar en Youtube, http://www.youtube.com/watch?v=F8lOqssScZA.<<

[414] P. Machuca, «Eduardo García Serrano, de arrepentido a orgulloso homófobo», *Público*, 16 de junio de 2010 [http://www.publico.es/espana/321014/eduardo/garcia/serrano/arrepentido/orgulloso/homofobo].<<

[415] Cadena SER, 29 de octubre de 2007 [http://www.cadenaser.com/espana/articulo/empresario-proximo-pp-organizo-proteccion/csrcsrpor/2007 1029csrcsrnac_2/Tes#despiece1].<<

[416]http://www.gees.org/articulos/derecha_20_libertad_digital-_10_anos_de_liberalismo_7805.<<

[417] Véase su página en inglés http://www.cato.org/about/annualreports.html.<<

[418] Véase http://www.elcato.org/acercade/info-acercade.html.<<

[419] El dato más reciente que ofrecía en junio de 2010.<<

[420] «El Cato Institute, el anarquismo de las multinacionales», *Red Voltaire*, 7 de marzo de 2005 [http://www.voltairenet.org/article124106.html].<<

[421] «La Fundación Heritage: "listo para pensar"», *Red Voltaire*, 27 de febrero de 2005 [http://www.voltairenet.org/article124011.html].<<

[422] *Ibid*.<<

[423] A. Recarte, «A los diez años de Libertad Digital», http://especiales.libertaddigital.com/aniversario/10/?id=alberto-recarte-diez-libertad-digital.<<

[424] «Zaplana y Acebes, relaciones públicas de la nueva marca televisiva de la derecha: Libertad Digital TV», Elplural.com, 5 de diciembre de 2006 [http://www.elplural.com/politica/detail.php?id=8374].<<

[425] «En la COPE justifican el golpe de Pinochet», *Elplural.com*, 11 de diciembre de 2006 [http://www.elplural.com/politica/detail.php?id=8483].<<

[426] EFE, «Alberto Recarte dice que "todavía se perderán entre 500.000 y 800.000 puestos de trabajo"», *Soitu.es*, 22 de mayo de 2009. Disponible en http://www.soitu.es/soitu/2009/05/22/info/1243005815_474611.html.<<

[427] «"Si es por ese precio, seguiré", anuncia el condenado», *El País*, 17 de junio de 2008 [http://www.elpais.com/articulo/espana/precio/seguire/anuncia/condenado/elpepi
<<

[428] *El Confidencial Digital*, 26 de junio de 2007 [http://www.elconfidencialdigital.com/Articulo.aspx?IdObjeto=12300&MK].<<

[429] A. Recarte, «A los diez años de Libertad Digital», cit.<<

[430] Véase http://especiales.libertaddigital.com/aniversario/10/.<<

[431] F. Jiménez Losantos, «La generación de Libertad Digital», *Libertad Digital*, 8 de marzo de 2004 [http://www.libertaddigital.com/opinion/federico-jimenez-losantos/la-generacion-de-libertad-digital-17718/].<<

[432] Véase http://www.gmprensa.es/.<<

[433] Véase http://www.promecal.es/Mostrar.cfm/2/db/taller/impresion/15D601D1-7E99-2D54-CFFCEACC3F7B8D1F.<<

[434] «Marbella y Muñoz, Seseña y El Pocero, y ahora Burgos y Méndez Pozo», *El Semanal Digital*, 6 de agosto de 2006 [http://www.elsemanaldigital.com/articulos.asp?idarticulo=54894]. Lo afirmó el 26 de mayo de 2006 durante la inauguración de un tramo de la circunvalación de Burgos, en su calidad de portavoz de una unión temporal de empresas (UTE) que agradecía la colaboración de políticos y técnicos municipales.<<

[435] Dardo Gómez, entrevista con el autor, junio de 2010.<<

[436] *Ibid.*<<

[437] F. Quirós, «España: concentración acelerada», Medios de comunicación en crisis. El punto de vista de Le Monde Diplomatique 3 (2005).<<

[438] R. Zallo, «La política de Comunicación Audiovisual del Gobierno socialista (2004-2009): un giro neoliberal», cit.<<

[439] *Ibid.*<<

[440] E. Bustamante, entrevista con el autor, junio de 2010.<<

[441] A. Molano, «La normativa europea y la ordenación del sector audiovisual español», Observatorio Medios de Comunicación y Sociedad (septiembre de 2009).<<

[442] *Ibid.*<<

[443] R. Zallo, «La política de Comunicación Audiovisual del gobierno socialista (2004-2009): un giro neoliberal», cit.<<

[444] *Ibid.*<<

[445] E. Bustamante, entrevista con el autor, junio de 2010.<<

[446] La Antena, dirigida por Esteban Sapir, 2007<<